

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Transfer Pricing*

Harga transfer sering juga disebut dengan *intracompany pricing*, *interdivisional pricing*, atau *internal pricing*. Pengertian harga transfer dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pengertian yang bersifat netral dan pengertian yang bersifat peyoratif. Pengertian harga transfer secara netral yaitu harga transfer adalah penentuan harga atau imbalan sehubungan dengan penyerahan barang, jasa, atau pengalihan teknologi antarperusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Sedangkan, pengertian harga transfer secara peyoratif yaitu harga transfer adalah suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisial, membuat seolah-olah perusahaan rugi, menghindari pajak atau bea di suatu negara. Hubungan istimewa terjadi antara induk perusahaan dengan anak perusahaannya atau dengan cabang-cabangnya atau perwakilannya yang berada di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri [13].

Tujuan yang ingin dicapai dalam harga transfer adalah [13]:

1. Memaksimalkan penghasilan global.
2. Mengamankan posisi kompetitif anak/cabang perusahaan dan penetrasi pasar.
3. Mengevaluasi kinerja anak/cabang perusahaan mancanegara.
4. Menghindari 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.

Menurut PSAK 07, dianggap mempunyai hubungan istimewa apabila Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain. Untuk memberikan pengungkapan kriteria yang diperlukan dalam laporan keuangannya, maka dilihat [14]:

1. Ada tidaknya hubungan istimewa

Ada tidaknya hubungan istimewa antara pihak-pihak yang melakukan transaksi dapat memengaruhi posisi laporan keuangan.

2. Tidak mempunyai hubungan istimewa

Dalam konteks Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP), pihak-pihak berikut tidak dianggap sebagai pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa :

1. Dua entitas yang memiliki satu direktur atau anggota personel manajemen kunci secara umum, tetapi tidak memenuhi ketentuan (personel manajemen kunci entitas atau entitas induknya) dan (entitas yang dikendalikan, dikendalikan bersama atau dipengaruhi secara signifikan oleh, atau memiliki hak suara secara signifikan secara langsung maupun tidak langsung dalam definisi “pihak yang mempunyai hubungan istimewa.”
2. Dua *venture* karena mereka berbagi pengendalian bersama atas *joint venture*.
3. Pihak-pihak berikut dalam pelaksanaan urusan normal dengan entitas (meskipun pihak-pihak tersebut dapat memengaruhi kebebasan atau ikut serta dalam proses pengambilan keputusan):
 - a. Penyandang dana.
 - b. Serikat dagang.
 - c. Entitas pelayanan umum.
 - d. Departemen dan instansi pemerintah.
4. Pelanggan, pemasok, pemilik hak waralaba (*franchisor*), distributor atau agen umum yang mana entitas mengadakan transaksi usaha dengan volume signifikan, semata-mata berdasar atas akibat ketergantungan ekonomi.

3. Mempunyai hubungan istimewa

Suatu pihak mempunyai hubungan istimewa dengan entitas jika :

1. Secara langsung atau tidak langsung melalui satu atau lebih perantara, pihak tersebut mengendalikan, dikendalikan oleh, atau dibawah pengendalian bersama dengan entitas (termasuk entitas induk, entitas anak dan *fellow subsidiaries*):

- a. Memiliki kepemilikan di entitas yang memberikan pengaruh signifikan atas entitas; atau
 - b. Memiliki pengendalian bersama atas entitas;
2. Pihak tersebut adalah entitas asosiasi dari entitas;
 3. Pihak tersebut adalah *joint venture* dimana entitas tersebut merupakan *venturer*;
 4. Pihak tersebut adalah personel manajemen kunci entitas atas entitas induknya;
 5. Pihak tersebut adalah keluarga dekat;
 6. Pihak tersebut adalah entitas yang dikendalikan, dikendalikan bersama atau dipengaruhi secara signifikan oleh, atau memiliki hak suara secara signifikan, secara langsung atau tidak langsung;
 7. Pihak tersebut adalah program imbalan pasca kerja untuk imbalan pekerja entitas, atau setiap entitas yang mempunyai hubungan istimewa dengan otoritas tersebut.

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*) yaitu jumlah piutang atas total piutang [15]:

$$(2.1) \quad \text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Jumlah piutang pihak berelasi}}{\text{Total piutang}}$$

Transfer pricing adalah suatu kebijakan yang diatur oleh perusahaan untuk menentukan harga transfer atas suatu transaksi antarperusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Hubungan istimewa dapat terjadi di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri. *Transfer pricing* yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan bagi kedua divisi yang melakukan *transfer pricing*. Semakin banyak divisi yang melakukan *transfer pricing* maka perusahaan mendapatkan keuntungan lebih dan begitu pula sebaliknya.

2.1.2. Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1 berbunyi 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 [16].

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur [16]:

1. Iuran dari rakyat kepada negara
Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
2. Berdasarkan undang-undang
Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
3. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk.
Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
4. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Ada dua fungsi pajak, yaitu [16]:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)
Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)
Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintahan dalam bidang sosial dan ekonomi.

Contoh :

- a. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras.
- b. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif.

3. Fungsi Stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

4. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengindentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan daya saing, maka manajer wajib menekan biaya seoptimal mungkin. Demikian pula dengan kewajiban membayar pajak, karena biaya pajak akan menurunkan laba setelah pajak (*after tax profit*), tingkat pengembalian (*rate of return*), dan arus kas (*cash flow*) [13].

Pengukuran pajak dalam penelitian ini menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Informasi tarif pajak efektif sangat berguna bagi pembaca, karena dapat diketahui berapa sebenarnya tarif pajak yang berlaku pada entitas tersebut. Perbedaan akuntansi dan pajak akan menyebabkan tarif pajak efektif pajak tidak selalu sama dengan tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah. Entitas dapat melakukan perencanaan pajak yang baik sehingga mengoptimalkan pajak yang dibayarkan namun tetap taat mengikuti ketentuan perpajakan. Misalnya dengan menghindari biaya yang menurut pajak tidak diperbolehkan sehingga positif yang berdampak penghasilan kena pajak dapat diminimalkan [17].

Tarif pajak efektif dapat diukur dengan rumus sebagai berikut [17] :

$$Effective\ Tax\ Rate = \frac{Beban\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$$

(2.2)

Pajak merupakan iuran dari rakyat kepada negara yang berdasarkan undang-undang tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dan dapat digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Pajak diprosikan dengan ETR. Semakin besar nilai tarif pajak efektif perusahaan maka semakin besar beban pajak yang ditanggung perusahaan yang menunjukkan bahwa tidak efektifnya pembayaran pajak perusahaan, begitu pula sebaliknya.

2.1.3. *Tunneling Incentive*

Dalam istilah keuangan *tunneling* adalah transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Transaksi pihak berelasi dapat digunakan sebagai *tunnel*. Transaksi pihak berelasi adalah suatu pengalihan sumberdaya, jasa atau kewajiban antara entitas pelapor dengan pihak-pihak berelasi, terlepas apakah ada harga yang dibebankan (PSAK No. 7 Tahun 2010) [18].

Beberapa transaksi berelasi bertujuan untuk efisiensi dan untuk meningkatkan kesejahteraan grup. Akan tetapi, dalam kondisi tertentu transaksi antar pihak berelasi dapat memberikan peluang bagi pemegang saham pengendali atau eksekutif perusahaan untuk melakukan *tunneling* atau mengambil keuntungan pribadi dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham non-pengendali. *Tunneling* dapat dilakukan melalui transaksi pihak berelasi yang merupakan aktivitas rutin perusahaan misalnya transaksi perdagangan barang/jasa antar pihak berelasi maupun transaksi berelasi diluar kegiatan utama perusahaan misalnya transaksi aset atau ekuitas perusahaan [18].

Pemegang saham pengendali dapat menggunakan kekuasaan yang dimilikinya untuk mempengaruhi keputusan yang akan diambil yang berpihak pada kepentingannya. Pemegang saham pengendali dapat memiliki kepentingan privat lain diluar perusahaan. Dengan pengendalian dan pengaruh signifikan yang dimiliki, pemegang saham pengendali dapat mengambil kebijakan yang menguntungkan dirinya, termasuk kebijakan kontraktual dengan pihak berelasi. Hal tersebut mendorong resiko terjadinya *tunneling* [18].

Studi yang dilakukan oleh Claessens. *et.al.* membuktikan terjadinya ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas berdasarkan penelitian terhadap 2.980 perusahaan dari 9 negara Asia (Hongkong, Indonesia, Jepang, Korea Selatan, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan dan Thailand). Hasil studi empirisnya menunjukkan bahwa terdapat fakta adanya konsentrasi *control right* yang melalui *cash flow right* berdampak meningkatnya ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas. Dalam studi tersebut, mereka juga menemukan bahwa ketika terjadi kesenjangan yang besar antara *control right* dan *cash flow right* dan sekaligus ketika pemegang saham pengendali akhir adalah keluarga, maka tingkat ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas menjadi lebih tinggi [19].

Struktur kepemilikan perusahaan sangat berkaitan dengan transaksi pihak berelasi. terdapat 2 bentuk umum struktur kepemilikan di Indonesia dan Asia [18]:

- a. Struktur kepemilikan tersebar. Pada struktur tersebar, pemegang saham secara individual tidak dapat mengendalikan manajemen agar bertindak selaras dengan kepentingan pemegang saham.
- b. Struktur kepemilikan terkonsentrasi. Pada struktur terkonsentrasi terdapat pemegang saham yang dapat mengendalikan atau bahkan bagian dari manajemen itu sendiri.

Dalam *tunneling* praktek *transfer pricing* dilakukan oleh anak perusahaan dengan cara menjual persediaan kepada induk perusahaan dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh anak perusahaan yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya. Atau bahkan apabila induk perusahaan dengan harga jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku itu juga sangat menguntungkan bagi induk perusahaan yang tidak lain adalah pemegang saham mayoritas atas anak perusahaan tersebut. Berbeda dengan halnya dialami oleh pemegang saham minoritas yang jelas dirugikan oleh adanya praktik ini, yaitu dividen akibat perusahaan yang mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan [20].

Tunneling incentive dihitung dengan rumus sebagai berikut [20].

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

(2.3)

Tunneling incentive merupakan perilaku manajemen perusahaan yang mengalihkan laba untuk kepentingan saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas. Semakin meningkatnya *tunneling incentive* yang dilakukan menunjukkan perusahaan dapat menekan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Sebaliknya semakin menurunnya *tunneling incentive* menunjukkan perusahaan tidak mampu menekan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan.

2.1.4. Mekanisme Bonus

Bonus merupakan tambahan gaji atau upah yang diberikan terhadap gaji pokok. Bonus dapat diberikan dengan berbagai pertimbangan atau alasan tetapi pada umumnya diberikan sebagai penghargaan atas produktivitas atau prestasi karyawan yang melampaui standar yang telah ditetapkan. Bonus dapat ditetapkan dalam jumlah rupiah, suatu persentase dari gaji pokok, atau persentase tertentu dari laba [21].

Beberapa macam metode upah insentif [22]:

1. Metode Hasil Kerja Langsung (*straight piecework plan*) adalah salah satu metode upah intensif yang paling sederhana, yang membayar upah tambahan di atas tarif dasar yang paling sederhana, yang membayar upah tambahan di atas tarif dasar untuk produksi di atas standar.
2. Metode Bonus 100% (*100 percent bonus plan*) merupakan variasi dari metode hasil kerja langsung. Bedanya adalah bahwa dalam rencana ini standarnya bukanlah dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dalam waktu unit keluaran.
3. Metode Bonus Kelompok, dimaksudkan untuk mendorong produksi di atas dari standar minimum, setiap pekerja dalam kelompok tersebut menerima tarif upah per jam untuk produksi sampai taraf standar keluaran.

Bonus didasari pada pencapaian hasil kinerja dalam sebuah periode untuk manajer tingkat atas biasanya dijelaskan dalam laporan perwakilan perusahaan dan harus disetujui oleh para pemegang saham. Bonus diberikan baik masa kini atau ditangguhkan, walaupun banyak macam rencana ditemukan dalam praktik. Belakangan ini sebuah studi mengenai eksekutif top di perusahaan publik

menunjukkan bahwa pembayaran bonus merupakan bagian dari kompensasi total yang paling cepat tumbuh: perusahaan bergerak untuk menghubungkan pembayaran eksekutif dengan kinerja. Bonus rata-rata sebelumnya melebihi gaji dalam perusahaan sampel [23].

Dalam fase kematangan siklus hidup penjualan, ketika persaingan mencapai tingkat tertinggi dan perusahaan menjaga dan menetapkan pasar dan mengendalikan biaya, diperlukan kompensasi gaji kompetitif, bonus, dan tunjangan yang seimbang, untuk menarik, memotivasi, dan menjaga para manajer terbaik. Sebaliknya selama fase pertumbuhan, ketika inovasi dan kepemimpinan menjadi kebutuhan terbesar, penekanan berada pada bonus yang relatif besar untuk memotivasi manajer. Sehingga, manajemen puncak menilai kondisi spesifik strategis perusahaan sebagai pemikiran dasar dalam mengembangkan program kompensasi dan membuat perubahan seiring dengan perubahan kondisi strategis [23].

Tujuan utama dalam menentukan dasar kompensasi adalah memadukan insentif manajer dengan target strategi perusahaan. Kompensasi bonus dapat ditentukan berdasarkan harga saham, ukuran kinerja (SBU biaya, pendapatan, laba, atau investasi), atau BSC (*Balance Scorecard*). Jumlah bonus dapat ditentukan melalui salah satu dari tiga cara berikut : (1) dengan membandingkan kinerja sekarang dengan kinerja tahun-tahun sebelumnya, (2) membandingkan kinerja dengan anggaran yang telah ditentukan, atau (3) membandingkan kinerja manajer dengan kinerja manajer lainnya [23].

Setelah memilih dasar kompensasi, perusahaan juga harus memilih metode untuk menghitung jumlah bonus berdasarkan tingkat kinerja aktual secara relatif terhadap targetnya. Pendekatan paling umum adalah perhitungan linear sederhana, yaitu makin besar kinerja melebihi target (kinerja tahun lalu, anggaran atau manajer lain), makin besar jumlah bonusnya [23].

Mekanisme bonus dapat diukur dengan rumus sebagai berikut [23]:

$$\text{Mekanisme bonus} = \frac{\text{Laba bersih tahun berjalan}}{\text{Laba bersih tahun sebelumnya}}$$

(2.4)

Mekanisme bonus adalah strategi perhitungan dalam akuntansi untuk memaksimalkan penerimaan bonus oleh manajer dengan cara meningkatkan laba

perusahaan secara keseluruhan. Semakin meningkatnya mekanisme bonus menunjukkan kinerja manajemen perusahaan akan menjadi lebih baik. Sebaliknya, semakin menurunnya mekanisme bonus menunjukkan kinerja manajemen perusahaan menjadi kurang baik.

2.1.5. Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan nama rasio rentabilitas [24].

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan [24].

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu [24]:

1. untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;

6. untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk [24]:

1. mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. manfaat lainnya.

Profitability ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, salah satunya adalah *Return on Assets* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya [25].

Keunggulan analisis kondisi perusahaan dengan menggunakan ROA, yaitu [26]:

- a. ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruh sumber daya yang ada di dalam perusahaan diperhitungkan.
- b. ROA mudah dihitung dan dipahami.
- c. ROA merupakan ukuran yang sesuai diterapkan untuk semua jenis bisnis yang bertujuan mencari laba.

ROA juga memiliki beberapa kelemahan, yaitu [26]:

- a. Jika evaluasi kinerja manajer dilakukan dengan menggunakan ROA, maka ada kecenderungan manajer suatu divisi di dalam perusahaan tidak akan mau

mengerjakan proyek-proyek yang kurang menguntungkan jika di hitung berdasarkan ROA untuk divisi yang dia pimpin namun sebenarnya proyek tersebut memberikan nilai tambah bagi perusahaan secara keseluruhan.

- b. Manajemen juga cenderung untuk berfokus pada tujuan jangka pendek dan bukan tujuan jangka panjang.
- c. ROA sebagai pengukur penciptaan nilai dalam pengukuran akuntansi tradisional adalah mengabaikan adanya biaya modal, sehingga sulit untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah menciptakan nilai atau tidak.

ROA dapat diukur dengan rumus sebagai berikut [25]:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning after taxes}}{\text{Total Assets}}$$

(2.5)

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan penting bagi investor untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Profitabilitas diproksikan dengan ROA yang menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak.

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar [27]. Berdasarkan UU no. 20 tahun 2008, tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dijelaskan bahwa pemerintah sangat mendorong terciptanya usaha-usaha tersebut. Pemerintah melakukan pemberdayaan terhadap usaha-usaha ini dalam kontribusinya untuk memajukan perekonomian bangsa. Usaha mikro, kecil, dan menengah ini mampu mewujudkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi, meningkatkan pendapatan rakyat, membuka

peluang lapangan pekerjaan, dan mengupayakan penuntasan kemiskinan. Usaha-usaha yang ada di masyarakat dapat dikelompokkan menurut UU no. 20 tahun 2008 ini ke dalam usaha mikro, kecil, menengah, dan besar, serta kesemuanya disebut sebagai dunia usaha. Dunia usaha sesuai undang-undang ini diartikan sebagai usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berdomisili di Indonesia [28].

Agar dapat membandingkan dan memahami ruang lingkup dari ragam dunia usaha, akan dijabarkan definisi dan karakteristik dari berbagai usaha dilihat dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan sesuai dengan UU no. 20 tahun 2008 sebagai berikut [28]:

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan usaha mikro paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang diambil, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah)–Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)–Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian langsung, maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar. Jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)–Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil

penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah)-paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

4. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Usaha besar meliputi usaha nasional milik negara, swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Kekayaan bersih usaha ini melebihi usaha menengah yaitu lebih dari Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta hasil penjualan melebihi Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Perusahaan yang mempunyai nilai skala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Perusahaan kecil hanya memiliki faktor-faktor pendukung untuk memproduksi barang dengan jumlah terbatas. Oleh karena itu, perusahaan yang berskala kecil mempunyai resiko yang lebih besar daripada perusahaan besar [27].

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan bisa dijadikan acuan untuk menilai kemungkinan kegagalan perusahaan seperti biaya kebangkrutan. Proksi *size* biasanya adalah total aset perusahaan. Karena aset biasanya sangat besar nilainya dan untuk menghindari bias skala maka besaran aset perlu dikompres. Secara umum proksi dipakai *Logaritme* (log) atau *Logaritma natural Assets* [29].

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut [29] :

$$Size = \ln (\text{Total Aset}) \quad (2.6)$$

Ukuran perusahaan merupakan perbandingan besar atau kecilnya suatu usaha dari suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga menjadi tolak ukur dalam mengambil keputusan untuk kelangsungan hidup usaha suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan harus lebih baik dan optimal.

2.1.7. Tax Minimization

Dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan berusaha untuk meminimalkan beban guna mengoptimalkan laba. Demikian pula dengan kewajiban pajak, karena biaya pajak akan menurunkan laba setelah pajak, tingkat pengembalian, dan arus kas. Untuk meminimumkan kewajiban pajak dapat dilakukan berbagai cara, baik yang masih memenuhi ketentuan perpajakan (*lawful*) maupun yang melanggar peraturan perpajakan (*unlawful*) [13].

Beberapa faktor yang memotivasi wajib pajak untuk melakukan penghematan pajak dengan legal sebagai berikut [13]:

1. Jumlah pajak yang harus dibayar berarti besarnya jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak maka semakin besar pajak yang harus dibayar, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.
2. Biaya untuk menyuap fiskus berarti semakin kecil biaya untuk menyuap fiskus, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.
3. Kemungkinan untuk ketahuan berarti semakin kecil suatu pelanggaran terdeteksi, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.
4. Besar sanksi berarti semakin ringan sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.

Terkait dengan tarif pajak tinggi, *fiscal policy maker* di suatu negara harus mencermati perilaku pembayar pajak dari sikap acuh terhadap pembayaran pajak apabila tarif yang dianggap terlalu tinggi. Pajak yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pembayar untuk memilih *leisure* daripada bekerja karena sebagian besar penghasilannya hanya untuk membayar pajak. (dan, pada taraf tertentu, berpotensi menimbulkan sikap ekstrem pada pembayar pajak untuk ‘pasang-badan’ untuk menolak membayar pajak melalui praktik *tax avoidance* atau bahkan *tax evasion*) [30].

Sebagai contoh dalam rangka meminimalisasi pajak, beberapa perusahaan multinasional dari negara-negara maju di Amerika Utara dan Eropa Barat yang cenderung memberlakukan pajak dengan tarif yang relatif tinggi, memanfaatkan

negara-negara *tax haven* atau *offshore* untuk melaksanakan praktik *transfer pricing* (saat melakukan perjalanan ke Hongkong beberapa tahun silam, penulis membaca beberapa iklan di surat kabar lokal yang menawarkan jasa pemanfaatan *letter box company* atau *virtual office* dengan fasilitas sewa alamat kantor dan *telephone answering*). Berdasarkan dokumen Panama Papers yang baru-baru ini heboh dan menjadi pemberitaan di media massa terdapat beberapa negara *tax haven* yang populer, diantaranya *British Virgin Island*, Panama, Bahamas, dan juga Hongkong [30]

Akuntan manajemen dapat menjalankan peran penting dengan mengawasi tujuan-tujuan penerapan harga transfer: penilaian kinerja, meminimalkan pajak, manajemen mata uang dan resiko luar negeri, dan tujuan-tujuan strategis lainnya. Mungkin aspek terpenting dalam menentukan harga transfer untuk transfer internasional adalah dengan meminimalkan pajak internasional. Dengan usaha dari kelompok-kelompok internasional yang beragam, setiap negara mengawasi harga transfer yang digunakan dalam perdagangan internasional [31].

Pengukuran *tax minimization* dalam penelitian ini menggunakan *cash effective tax rate* (CETR). CETR adalah kas yang digunakan untuk membayar pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. CETR digunakan untuk menilai dan memperkirakan kas yang dibayar dari laporan arus kas yang ada dalam perusahaan sehingga dapat mengetahui kas yang sebenarnya dibayarkan perusahaan [32].

Tax minimization dapat diukur dengan rumus sebagai berikut [32] :

$$\text{CETR} = \frac{\text{Cash Tax Paid}}{\text{Pre Tax Income}}$$

(2.7)

Tax minimization adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan apabila perusahaan tersebut mengalami pendapatan yang menurun. Semakin meningkatnya tarif pajak yang harus dibayarkan menunjukkan tindakan perusahaan dalam meminimalkan beban pajak makin besar. Sebaliknya, semakin menurunnya tarif pajak yang harus dibayarkan menunjukkan tindakan perusahaan dalam meminimalkan beban pajak semakin kecil.

2.2. Review Peneliti Terdahulu

Adapun review dari beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Eka Hariyani dan Sri Ayem melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer Dengan *Tax Minimization* Sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian ini menggunakan 22 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019. Secara simultan, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *tax minimization* berpengaruh signifikan terhadap harga transfer. Secara parsial, *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap harga transfer, mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap harga transfer. Secara moderasi, *tax minimization* tidak dapat memoderasi hubungan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap harga transfer [7].
2. Kaehrul Amanah dan Nanang Agus Suyono melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive*, dan *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empris pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang terdaftar di BEI Periode 2015-2018)”. Penelitian ini menggunakan sampel 84 perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Secara simultan, profitabilitas, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *tax minimization* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, profitabilitas, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, dan *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara moderasi, *tax minimization* tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* [8].
3. Khaeri Yanti Dwi Astuti dan Yuliantu melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Analisis Determinasi Keputusan *Transfer Pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel 25 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Secara simultan minimasi pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial minimasi pajak, *tunneling incentive*, dan nilai tukar

berpengaruh secara negatif terhadap keputusan *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* [4]

4. Nadia Zalviana dan Munawaroh melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Pajak penghasilan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. Penelitian ini menggunakan sampel 42 perusahaan sektor pertanian dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Secara simultan, profitabilitas, pajak penghasilan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dan profitabilitas, pajak penghasilan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [11].
5. Novrian Wahyu Hariaji dan Fajar Syaiful Akbar melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Multinasionalitas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel 9 perusahaan tambang multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Secara simultan, multinasionalitas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* dan *leverage*, multinasionalitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [10].
6. Nur Chalimatussa’diyah, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus pada Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018”. Penelitian ini menggunakan sampel 9 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Secara simultan, pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, pajak, *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. [5].
7. Nurul Afifah Agustina melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Pajak, Multisionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan

Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*". Penelitian ini menggunakan sampel 8 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017. Secara simultan, pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Secara parsial, multinasionalitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dan pajak, profitabilitas, mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [9].

8. Saifudin dan Luky Septiani Putri melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul "Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Emiten BEI". Penelitian ini menggunakan sampel 140 perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Secara simultan, pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dan pajak, *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. [6].
9. Sartika Wulandari, Rachmawati Meita Oktaviani dan Widhian Hardiyanti melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Pajak, Aset Tak Berwujud, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*". Penelitian ini menggunakan sampel 96 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Secara simultan, pajak, aset tak berwujud dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, aset tak berwujud berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dan pajak, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. [12].

Tabel 2.1. Review Peneliti Terdahulu

| Nama Peneliti | Judul | Variabel Penelitian | Hasil yang diperoleh |
|---------------|-------|---------------------|----------------------|
|---------------|-------|---------------------|----------------------|

| | | | |
|--|---|---|--|
| Eka Hariyani dan Sri Ayem (2018) [7] | Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer Dengan <i>Tax Minimization</i> Sebagai Variabel Moderasi | <u>Variabel Dependen:</u> Harga Transfer <u>Variabel Independen:</u> a. <i>Tunneling Incentive</i> b. Mekanisme Bonus <u>Variabel Moderasi:</u> <i>Tax Minimization</i> | <u>Secara simultan:</u> <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus dan <i>Tax Minimization</i> berpengaruh signifikan terhadap Harga Transfer <u>Secara parsial:</u> a. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap Harga Transfer. b. Mekanisme Bonus berpengaruh negatif terhadap Harga Transfer <u>Secara moderasi :</u> <i>Tax minimization</i> tidak dapat memoderasi hubungan <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus terhadap Harga Transfer |
| Kaehrul Amanah dan Nanang Agus Suyono (2020) [8] | Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> dengan <i>Tax Minimization</i> Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empris pada Perusahaan | <u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Profitabilitas b. Mekanisme Bonus c. <i>Tunneling Incentive</i> d. <i>Debt Covenant</i> <u>Variabel Moderasi :</u> <i>Tax Minimization</i> | <u>Secara simultan:</u> Profitabilitas, Mekanisme Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Debt Covenant</i> dan <i>Tax Minimization</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . <u>Secara parsial :</u> Profitabilitas, Mekanisme Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Debt Convemamt</i> tidak |

Lanjutan Tabel 2.1.

| <u>Nama Peneliti</u> | <u>Judul</u> | <u>Variabel Penelitian</u> | <u>Hasil yang diperoleh</u> |
|---|---|---|---|
| | Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang terdaftar di BEI Periode 2015-2018) | | berpengaruh terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> <u>Secara moderasi:</u> <i>Tax Minimization</i> tidak dapat memoderasi hubungan Profitabilitas, Mekanisme Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Debt Convemamt</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . |
| Khaeri Yanti Dwi Astuti dan Yulianti (2017) [4] | Analisis Determinasi Keputusan <i>Transfer Pricing</i> | <u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Minimasi Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i> c. Mekanisme Bonus d. Nilai Tukar | <u>Secara simultan:</u> Minimasi pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus dan Nilai Tukar berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <u>Secara parsial:</u> |

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| | | | | <p>a. Minimasi Pajak, Tunneling Incentive, dan Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p>b. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>.</p> |
| Nadia Zalviana dan Munawaroh (2021) [11] | Pengaruh Profitabilitas, Pajak Penghasilan, dan Ukuran perusahaan terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> | <p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. Profitabilitas b. Pajak penghasilan c. Ukuran Perusahaan</p> | <p><u>Secara simultan:</u> Profitabilitas, Pajak Penghasilan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Secara parsial:</u></p> <p>a. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p>b. Profitabilitas dan Pajak Penghasilan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> | |
| Novrian Wahyu Hariaji dan Fajar Syaiful Akbar (2021) [10] | Pengaruh Multinasionalitas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> | <p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. Multinasionalitas b. Profitabilitas c. Ukuran Perusahaan d. <i>Leverage</i></p> | <p><u>Secara simultan:</u> Multinasionalitas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Secara parsial :</u></p> | |

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Lanjutan Tabel 2.1.

| Nama Peneliti | Judul | Variabel Penelitian | Hasil yang diperoleh |
|--|---|--|--|
| Nur Chalimatussa'diyah, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi (2020) [5] | Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. | <u>Variabel</u> <u>Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen:</u> a. Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i> c. Mekanisme Bonus | a. Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . b. Multinasionalitas dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> <u>Secara simultan:</u> Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> <u>Secara parsial:</u> a. Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . b. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> |
| Nurul Afifah Agustina (2019) [9] | Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> | <u>Variabel</u> <u>Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen:</u> a. Pajak b. Multinasionalitas c. Ukuran Perusahaan d. Profitabilitas Mekanisme Bonus | <u>Secara simultan:</u> Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . <u>Secara parsial:</u> a. Multinasionalitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . b. Pajak, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . |
| Saifudin dan Luky Septiani Putri (2018) [6] | Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> | <u>Variabel</u> <u>Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen:</u> a. Pajak | <u>Secara simultan:</u> Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . |

| | | | |
|----------------------|-------------|---|--|
| Pada Bursa Indonesia | Emiten Efek | b. Mekanisme Bonus c. <i>Tunneling Incentive</i> | <u>Secara parsial:</u> a. Mekanisme Bonus berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . b. Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> tidak |
|----------------------|-------------|---|--|



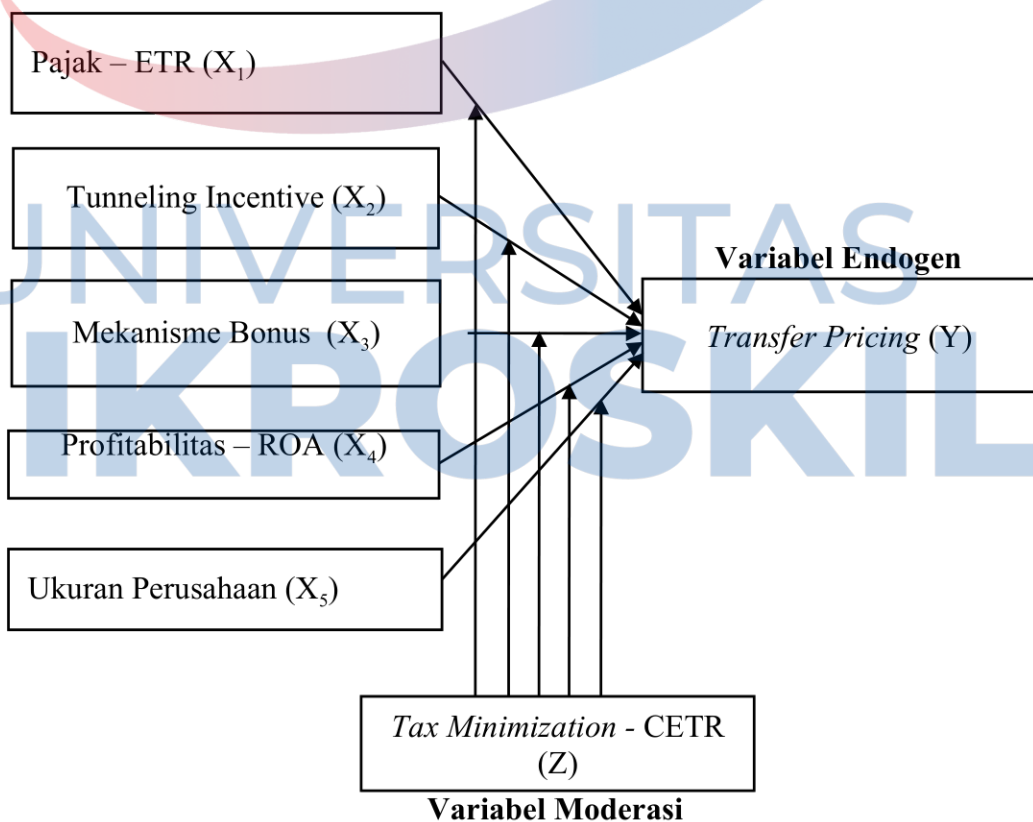
UNIVERSITAS MIKROSKIL

| | | | Lanjutan Tabel 2.1. | |
|--|---|--|---|--|
| Nama Peneliti | Judul | Variabel Penelitian | Hasil yang diperoleh | |
| | | | berpengaruh terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . | |
| Sartika Wulandari, Rachmawati Meita Oktaviani dan Widhian Hardiyanti (2021) [12] | Pengaruh Pajak, Aset Tak Berwujud, dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> | <u>Variabel Dependen :</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. Aset Tak Berwujud c. Ukuran Perusahaan | <u>Secara simultan:</u> Pajak, Aset Tak Berwujud dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <u>Secara parsial:</u> a. Aset Tak Berwujud berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . a. Pajak dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . | |

2.3. Kerangka Konseptual

Berikut adalah kerangka konseptual pada penelitian ini :

Variabel Eksogen



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, variabel endogen (Y) pada penelitian ini adalah *Transfer Pricing*. Variabel eksogen (X) pada penelitian ini adalah Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Variabel Moderasi (Z) pada penelitian ini adalah *Tax Minimization*.

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya beban pajak yang harus dibayar perusahaan maka keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin meningkat. Perusahaan multinasional memperoleh keuntungan dengan melakukan tindakan *transfer pricing* dengan menggeser pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak yang rendah. Selain itu, untuk menurunkan total beban pajaknya, perusahaan memilih untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan transaksi ke perusahaan lain yang berada di negara lain yang masih terafiliasi. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [5]

Tax minimization mampu memoderasi hubungan pajak dengan *transfer pricing* dikarenakan dapat mengakibatkan manajer perusahaan melakukan keputusan *transfer pricing* dengan tujuan mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Semakin meningkatnya *tax minimization* menunjukkan adanya pajak dan keputusan *transfer pricing* yang semakin meningkat. Dengan kata lain, *tax minimization* yang tinggi mengakibatkan perusahaan mengambil keputusan melakukan tindakan *transfer pricing* dengan mengalihkan pendapatan ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{1a} : Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H_{2a} : *Tax minimization* mampu memoderasi hubungan pajak dengan *transfer pricing*.

2.4.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *tunneling incentive* maka keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali akan semakin meningkat. Pemegang saham pengendali mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingan pemegang saham mayoritas dan merugikan kepentingan pemegang saham non-pengendali. Dengan melakukan *tunneling* kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa maka biaya dapat ditekan sehingga lebih ekonomis. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [5].

Tax minimization mampu memoderasi hubungan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* dikarenakan dengan memindahkan sumber daya kepada pemegang saham pengendali maka dapat mengakibatkan pengurangan beban pajak yang harus dibayarkan. Semakin meningkatnya *tax minimization* menunjukkan keputusan perusahaan melakukan *tunneling incentive* dan *transfer pricing* akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan *tax minimization* yang tinggi mengakibatkan perusahaan pusat melakukan *tunneling* dengan cara mengalokasikan kekayaan, sumber daya, dan laba ke perusahaan cabang dan melalui tindakan *transfer pricing* perusahaan memperoleh keuntungan yaitu dapat menekan beban pajak perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{1b} : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H_{2b} : *Tax minimization* mampu memoderasi hubungan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing*.

2.4.3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya mekanisme bonus yang dilakukan maka keputusan *transfer pricing* yang dilakukan manajemen perusahaan akan semakin meningkat. Mekanisme bonus digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawan, manajer hingga direksi sehingga laba secara keseluruhan akan semakin

besar dan setiap tahunnya semakin tinggi. Manajemen perusahaan dapat mengoptimalkan laba melalui pengambilan keputusan *transfer pricing*. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [6].

Tax minimization mampu memoderasi hubungan mekanisme bonus dengan *transfer pricing* dikarenakan dapat mengakibatkan manajemen perusahaan melakukan keputusan *transfer pricing* dengan tujuan meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan. Pemberian bonus turut meningkatkan laba perusahaan dan beban pajak perusahaan. Semakin meningkatnya *tax minimization* maka upaya perusahaan melakukan mekanisme bonus dan *transfer pricing* semakin meningkat. *Tax minimization* yang tinggi mengakibatkan manajemen perusahaan mengambil keputusan *transfer pricing* agar dapat meminimalkan beban pajak yang ditanggung perusahaan akibat dari meningkatnya laba perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{1c} : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H_{2c} : *Tax minimization* mampu memoderasi hubungan mekanisme bonus dengan *transfer pricing*.

2.4.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya profitabilitas terhadap *transfer pricing*, maka keputusan dilakukannya *transfer pricing* juga semakin meningkat. Profitabilitas perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan mengelola perusahaan sehingga dapat mencapai target yang diinginkan oleh pemilik perusahaan. Pihak manajemen menggunakan strategi *transfer pricing* untuk menambah laba sehingga perusahaan mencatat keuntungan yang besar dan juga memperoleh bonus tambahan. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [11].

Tax minimization mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan *transfer pricing* dikarenakan dapat mengakibatkan peningkatan laba perusahaan yang juga meningkatnya beban pajak yang harus dibayar perusahaan. Semakin

meningkatnya *tax minimization* maka perusahaan dalam melakukan profitabilitas dan *transfer pricing* akan meningkat. Dengan *tax minimization* yang tinggi, perusahaan dapat melakukan upaya untuk memaksimalkan laba melalui *transfer pricing* dengan cara mengalokasikan laba ke perusahaan yang terafiliasi yang dikenakan tarif pajak rendah supaya dapat meminimalkan beban pajak yang dibayar perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{1d} : Profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H_{2d} : *Tax minimization* mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan *transfer pricing*.

2.4.5. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan prospek yang baik dan menggambarkan bahwa perusahaan lebih stabil dan mampu menghasilkan laba serta memiliki aktivitas operasi perusahaan yang lebih banyak dan rumit sehingga terdapat celah-celah untuk dimanfaatkan dalam keputusan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin meningkatnya ukuran perusahaan maka keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* akan meningkat. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [11].

Tax minimization mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan *transfer pricing* dikarenakan perusahaan akan mengambil keputusan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar akibat dari besarnya perusahaan dan perolehan laba yang besar. Semakin meningkatnya *tax minimization* menunjukkan adanya ukuran perusahaan dan keputusan *transfer pricing* yang semakin meningkat. Perusahaan yang relatif besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga manajer perusahaan akan memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan dan juga dilakukan sebagai upaya untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{1e} : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H_{2e} : *Tax minimization* mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan *transfer pricing*.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL