

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. *Transfer Pricing*

*Transfer pricing* merupakan harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi didasarkan atas prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*). Ada dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing* yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antardivisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* tersebut sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya istilah *transfer pricing* sering kali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu grup. Oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*) apabila penentuan harga dalam transaksi antarpihak yang dipengaruhi hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan [14].

Pada umumnya berdasarkan jangkauan teritorial operasi perusahaan, *transfer pricing* dapat dikelompokkan dalam *transfer pricing* domestik dan *transfer pricing* multinasional. *Transfer pricing* domestik adalah harga transfer barang atau jasa antar badan satu grup perusahaan atau antardivisi dalam satu perusahaan dalam satu wilayah kedaulatan negara, sedangkan *transfer pricing* multinasional berkenaan dengan transaksi antardivisi dalam satu unit hukum atau antarunit hukum dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara. Tujuan yang ingin dicapai dalam rangka aplikasi *transfer pricing*, bagi perusahaan domestik maupun bagi perusahaan multinasional, adalah sebagai berikut:

- a. Evaluasi kinerja
- b. Motivasi manajemen

- c. Pengendalian harga untuk lebih merefleksikan “*cost*” dan “*margin*” yang seharusnya diterima dari langganan dan penetapan harga optimal
- d. Pengendalian pasar untuk mengamankan posisi komparatif perusahaan [13].

Beberapa metode yang sering digunakan oleh perusahaan multinasional, yaitu sebagai berikut:

1. *Transfer Pricing Based on Cost*

Harga transfer atas barang dan jasa antardivisi atau anggota grup (konglomerasi) dapat hitung berdasarkan *cost* ditambah *markup* tertentu. *Cost* dapat bervariasi antara *actual* (*variable*, *fixed*, atau *full*), standar (*variable* atau *full*), dan *average cost*. *Cost* basis *transfer pricing* sederhana dan menghemat sumber daya karena data biaya tersedia pada perusahaan. Basis ini cocok dengan konsep *cost center* untuk tiap divisi atau anggota grup. Pada konsep tersebut kinerja manajer unit diukur dengan kemampuannya untuk mengendalikan biaya.

2. *Market-based Transfer Pricing*

Apabila ada suatu pasar yang sempurna, metode *transfer pricing* atas dasar harga pasar inilah merupakan ukuran yang paling memadai karena sifatnya yang independen. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan *transfer pricing* yang berdasarkan harga pasar.

3. *Negotiated Transfer Pricing*

Menetapkan harga transfer negosiasi antara divisi penjualan dan pembelian memungkinkan manajer unit memiliki tingkat wewenang dan kontrol atas keuntungan unit mereka. Masalah serius yang dihadapi dengan metode ini adalah negosiasi yang tidak memakan waktu lama, namun juga memerlukan pemeriksaan ulang yang sering dan revisi harga. Sering kali harga yang dinegosiasikan mengalihkan usaha manajer dari kegiatan mempromosikan kesejahteraan perusahaan kepada yang hanya mempengaruhi hasil divisi.

4. *Arbitrary Transfer Pricing*

*Transfer pricing* ini telah sering digunakan di masa lalu dan dapat digunakan meskipun *market-based price* tersedia. Harga ditetapkan oleh interaksi antara divisi

penjualan pembelian dan pada tingkat yang dianggap terbaik untuk kepentingan perusahaan secara keseluruhan. *Transfer pricing* ini ditentukan berdasarkan kepentingan manajerial perusahaan tanpa kemampuan kontrol dari unit-unit terkait. Baik unit pembelian maupun penjualan tidak memiliki kendali atas keputusan akhir. Kelemahan metode ini, bagaimanapun, jauh lebih besar dari pada keuntungan apapun. Hal itu dapat mengalahkan tujuan terpenting dari desentralisasi tanggung jawab, dan ini sangat menghambat *profit incentive* bagi manajer unit [13].

Dalam penelitian ini *transfer pricing* diukur dengan menggunakan *dummy* yaitu ada atau tidaknya penjualan kepada pihak istimewa. Kriteria *dummy* yang digunakan adalah nilai 1 apabila perusahaan melakukan *transfer pricing*, sedangkan nilai 0 apabila perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* [14].

### 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 [15]. Dalam ketentuan perpajakan di Indonesia, dan dalam pemeriksaan *transfer pricing*, parameter wajib pajak dianggap mempunyai hubungan istimewa tercantum dalam Pasal 18 (4) yang menyatakan:

1. Wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tak langsung sebesar 25% (dua puluh lima persen) atau lebih pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan 25% atau lebih pada dua wajib pajak atau yang disebut
2. Wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya, atau dua atau lebih wajib pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung
3. Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat [13]. Dalam ketentuan perpajakan di Indonesia, apabila suatu transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa, maka wajib

pajak harus menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha merupakan sebuah prinsip perpajakan yang diatur dalam undang-undang PPh sebagai instrumen untuk mencegah praktik penghindaran pajak [14]. Dalam penelitian ini pajak diukur dengan menggunakan tarif pajak efektif (ETR). Tarif pajak efektif terjadi karena terdapat pajak masukan yang tidak dapat dikreditkan. Penggunaan tarif ini merupakan salah satu alasan untuk tidak menggunakan *multiple rate*. Misalnya tarif pajak efektif yang berlaku di Indonesia ditetapkan:

1. Untuk penyerahan jasa pengiriman paket adalah 10% dari jumlah yang ditagih atau jumlah yang seharusnya ditagih;
2. Untuk penyerahan jasa biro pelayanan atau jasa biro pariwisata adalah 10% dari jumlah tagihan atau jumlah yang seharusnya ditagih;
3. Untuk penyerahan jasa pengurusan transportasi (*freight forwarding*) yang di dalam tagihan jasa pengurusan transportasi tersebut terdapat biaya transportasi (*freight charges*) adalah 10% dari jumlah yang ditagih atau yang seharusnya yang ditagih [16].

Pajak yang diukur dengan *effective tax rate* (ETR) dimana ETR adalah sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan, semakin rendah nilai tarif pajak efektif maka semakin rendah beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga dapat menghemat pembayaran pajak perusahaan. Sebagai contoh perhitungan tarif pajak efektif suatu perusahaan adalah sebagai berikut, perusahaan A memiliki penghasilan kena pajak sebesar Rp.160.000.000 dan pajak penghasilan sebesar Rp.30.500.000, untuk menghitung tarif pajak efektif perusahaan A yaitu dengan cara membagikan pajak penghasilan dengan penghasilan kena pajak, sehingga didapat tarif pajak efektif perusahaan A adalah sebesar 19,06 [17].

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib pajak kepada negara, dalam ketentuan perpajakan di Indonesia, apabila suatu transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa, maka wajib pajak harus menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Hubungan istimewa dapat menjadikan pajak

penghasilan terutang diantara wajib pajak menjadi lebih kecil dari pada yang seharusnya terutang.

Secara sistematis *Effective tax rate* dapat dirumuskan sebagai berikut [17]:

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \quad (2.1)$$

### 2.1.3. *Tunneling Incentive*

*Tunneling incentive* merupakan pengambilan manfaat oleh pemegang saham pengendali yang dibebankan pada pemegang saham minoritas. Konflik kepentingan antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas terjadi ketika kepemilikan saham pada satu pihak terkonsentrasi. Konflik ini mengacu pada kecenderungan pemegang saham pengendali (manajer) untuk mengeksplorasi keuntungan dari sumber daya perusahaan [18].

Potensi konflik keagenan di perusahaan besar umumnya disebabkan oleh proporsi kepemilikan yang kecil oleh manajer. Pada prinsipnya tujuan dari hubungan kontraktual adalah memaksimalkan kesejahteraan pemilik modal, namun sering kali tujuan tersebut menjadi target terakhir manajer. Manajer cenderung berorientasi dalam menciptakan skala besar perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi, karena ini akan memberikan dampak yaitu, meningkatnya keamanan jabatan mereka dari pengambilalihan perusahaan, meningkatkan kekuatan, status, gaji mereka dan adanya kesempatan lebih bagi manajer lini dan menengah. Untuk mendorong agar tindakan manajer berfokus pada penciptaan nilai *shareholder* maka terdapat beberapa mekanisme yang dapat dilakukan yaitu [18]:

1. Kompensasi manajerial
2. Pengendalian langsung oleh pemegang saham
3. Ancaman pemecatan dan pengambilalihan

Perbedaan kepentingan yang muncul antara pihak-pihak yang memiliki terkait dalam perusahaan mendorong terciptanya biaya pengawasan (*monitoring*), yang didesain untuk membatasi tindakan menyimpang pemegang saham pengendali (manajer). Biaya pengawasan muncul ketika *shareholder* sebagai pemilik perusahaan tidak memiliki

informasi lengkap tentang perusahaan seperti kas yang tersedia (*cash flow*) sehingga ketimpangan informasi ini menyebabkan *shareholder* berasumsi bahwa manajer berkerja untuk kepentingan sendiri. Akibat dari perbedaan kepentingan yang terjadi diantara pemegang saham minoritas dengan pemilik-manajer (*owner-manager*), maka mereka akan merealisasikan perbedaan tersebut kedalam harga yang harus dibayarkan (saham) sebagai akibat biaya pengawasan (*monitoring cost*) [18].

Ketika kepemilikan manajer tersebar, maka akan memunculkan tindakan mementingkan diri sendiri, sehingga pemegang saham minoritas perlu mengeluarkan sumber daya lebih besar untuk mengawasi perilaku manajer. Ketika manajer adalah pemilik maka semua manfaat (*tunneling incentive*) baik berupa materi ataupun nonmateri akan dinikmati penuh oleh manajer atas semua kebijakan bisnisnya seperti fasilitas fisik, hubungan dengan staf, jumlah dari kontribusi sosial dan lain-lain. Dalam kondisi kepemilikan ini, ada potensi untuk mengendalikan perilaku manajer-pemilik melalui pemantauan dan kegiatan pengendaliannya lainnya. Dalam prakteknya, hal ini biasanya dilakukan dengan cara memperluas sumber daya untuk mengubah kesempatan manajer-pemilik memiliki manfaat nonmateri. Metode ini meliputi pengauditan, sistem formal, pengetatan anggaran, sistem kompensasi/insentif yang memungkinkan kepentingan manajer tidak berbeda dengan *shareholder* [18].

*Tunneling incentive* diukur dengan menggunakan struktur kepemilikan saham oleh pihak asing. Struktur kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagian yang berstatus luar negeri. Atau perorangan, badan hukum, pemerintah yang bukan berasal dari Indonesia. Semakin tinggi hak kendali yang dimiliki pemegang saham pengendali asing memungkinkan pemegang saham pengendali asing untuk memerintahkan manajemen untuk melakukan transaksi pihak berelasi yang bersifat merugikan pemegang saham non pengendali [19].

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham pengendali (*principals*) yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan sendiri dengan nama dan

dalam bentuk apapun untuk tujuan memperkaya pemegang saham pengendali. kepemilikan saham terkonsentrasi adalah kondisi dimana sebagian besar saham di kendalikan oleh suatu kelompok atau individu yang memiliki saham relatif dominan dari yang lainnya.

Secara sistematis kepemilikan saham dapat dirumuskan sebagai berikut [19]:

$$\text{Kepemilikan Saham} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Asing}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \quad (2.2)$$

#### 2.1.4. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan akuntansi yang bertujuan untuk memberikan *reward* kepada direksi atau manajemen dengan melihat keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin baik juga citra karyawan dimata perusahaan [20]. kompensasi atau bonus merupakan semua jenis imbalan yang diterima karyawan atas pengorbanan dan unjuk kerjanya sebagai anggota organisasi. Kompensasi (bonus) berhubungan dengan konsep keadilan yang akan memengaruhi keberhasilan pemberian kompensasi kepada karyawan. Dilihat dari persepsi karyawan. Prinsip keadilan dipengaruhi oleh [21]:

1. Rasio antara kompensasi dengan masukan seperti tenaga, pengalaman, pendidikan, lama kerja, dan lain-lain
2. Perbandingan kompensasi yang diterima oleh suatu karyawan dengan karyawan yang lainnya berdasarkan perbedaan tanggung jawab, kemampuan, pengetahuan, produktivitas, ataupun keahlian manajerial. Proses kebijakan kompensasi (bonus) meliputi [21]:
  - a. Analisis suatu pekerjaan
  - b. Evaluasi pekerjaan
  - c. Survei pengupahan dan standar gaji
  - d. Rencana-rencana pemberian kompensasi (bonus)
  - e. Penilaian kinerja dan pemberian kompensasi sesuai dengan penilaian kinerja.

Secara umum kompensasi (bonus) yang diberikan dapat berwujud gaji (dibayar untuk pelaksanaan tanggung jawab suatu pekerjaan) atau upah (dibayar untuk waktu kerja misal: berdasar jam kerja). Selain dalam bentuk gaji atau upah, ada kompensasi (bonus) yang dirancang khusus untuk memotivasi kinerja karyawan dan disebut program insentif [21].

#### 1. Insentif individual

- a. *Bonus*: Insentif berupa pembayaran khusus di luar gaji apabila karyawan dapat menjual jumlah barang tertentu atau menghasilkan jumlah uang tertentu dari penjualannya.
- b. *Merit salary system*: Insentif individu yang menghubungkan kompensasi (bonus) dengan kinerja dalam jabatan non-penjualan.
- c. *Pay for performance/ variable pay*: insentif yang diberikan kepada manajer untuk output yang produktif.

#### 2. Insentif perusahaan

- a. *Profit sharing*: didistribusikan kepada karyawan ketika laba perusahaan melampaui tingkat tertentu.
- b. *Gain sharing*: didistribusikan kepada karyawan ketika biaya perusahaan dapat dikurangi lewat efisiensi kerja yang lebih tinggi.
- c. *Pay for knowledge*: tambahan bayaran apabila pekerja mendalami keahlian/pekerjaan baru [21].

Mekanisme bonus diukur dengan menggunakan analisis indeks trend laba bersih analisis indeks merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan dan kinerja perusahaan, apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan. Analisis trend dilakukan dengan menggunakan analisis horizontal (dinamis). Data yang digunakan adalah data tahunan yang biasanya hanya terdiri atas dua atau tiga periode saja. Hal ini disebabkan karena jika data yang digunakan adalah melebihi tiga periode maka akan mengalami kesulitan dalam melakukan analisis secara lebih tepat. Dalam melakukan analisis trend harus terlebih dahulu ditentukan tahun dasarnya sebagai pembanding. Setelah itu, baru kemudian dihitung angka indeksnya. [22].

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan kompensasi atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan dan telah memenuhi sasaran kinerja perusahaan. Nilai indeks trend laba bersih yang baik akan mencerminkan kinerja operasional perusahaan serta digunakan untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan perusahaan.

Secara sistematis Indeks trend laba bersih dapat dirumuskan sebagai berikut [22]:

$$\text{Indeks Trend Laba Bersih} = \frac{\text{Laba bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1} \quad (2.3)$$

#### 2.1.5. *Exchange Rate*

Nilai tukar/*Exchange rate* adalah catatan harga pasar dari mata uang asing (*foreign currency*) dalam harga mata uang domestik (*domestic currency*) atau harga mata uang domestik dalam mata uang asing [23]. Nilai tukar merupakan indikator ekonomi yang sangat penting karena pergerakan nilai tukar berpengaruh luas terhadap aspek perekonomian suatu negara. Saat ini perkembangan sistem perekonomian ke arah yang lebih terbuka antar negara. Nilai tukar memainkan peran vital dalam tingkat perdagangan sebuah negara, dimana merupakan sesuatu yang paling kritis bagi mayoritas ekonomi pasar bebas di dunia. Perekonomian terbuka yaitu terjadinya perdagangan internasional antar negara-negara di dunia. Adanya perbedaan mata uang yang digunakan baik di negara yang mengimpor maupun mengekspor akan menimbulkan suatu perbedaan nilai tukar mata uang. Perbedaan nilai tukar mata uang suatu negara (kurs) pada prinsipnya ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran mata uang tersebut [23].

Pergerakan kurs mata uang akan berdampak pada nilai MNC karena kurs dapat mempengaruhi jumlah arus yang diterima dari ekspor atau dari anak perusahaan, dan mempengaruhi jumlah arus keluar kas yang digunakan untuk membayar impor. Kurs nilai tukar satu satuan mata uang terhadap mata uang lain. Jika kondisi ekonomi berubah. Kurs mata uang dapat berubah cukup besar. Ketika MNC atau pihak lain melakukan investasi atau meminjam dari pasar asing, mereka umumnya bergantung

pada nilai tukar internasional untuk memperoleh mata uang yang dibutuhkan [23]. Karenanya, tindakan investasi atau peminjaman internasional umumnya membutuhkan pasar nilai tukar internasional (*foreign exchange market*) memfasilitasi perdagangan dan transaksi keuangan internasional [23].

Pasar keuangan internasional merupakan pertemuan antara pembeli dan penjual yang subjeknya adalah antarnegara yang bersangkutan, untuk memperdagangkan produk keuangan dalam berbagai cara termasuk penggunaan bursa efek, secara langsung antara penjual dan pembeli. Pasar keuangan internasional sangatlah penting untuk segala transaksi yang dilakukan baik itu sekuritas ataupun lainnya. Karena pada masa sekarang banyak kerjasama yang dilakukan melibatkan negara lain yang artinya pasar keuangan sangatlah penting dalam melakukan transaksi nilai tukar mata uang. Dengan hal itu, setiap negara mata uangnya memiliki nilai, dan nilainya berbeda-beda tergantung dari *currency* negara mana yang akan dipakai. Nilai tukar mata uang atau *exchange rate* yang dimiliki oleh setiap negara mempengaruhi investor untuk menginvestasikan uangnya ke negara yang akan dituju. Selain itu dengan adanya nilai tukar, maka kita dapat menilai seberapa kuat uang yang dimiliki suatu negara dibandingkan dengan uang yang berlaku di negara lain yang menjadi acuan [23]. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai tukar mata uang antara lain [23]:

1. Tingkat inflasi

Dalam pasar valuta asing, perdagangan internasional baik dalam bentuk barang atau jasa menjadi dasar yang utama, sehingga perubahan harga dalam negeri yang relatif terhadap harga luar negeri dipandang sebagai faktor yang mempengaruhi keseimbangan pergerakan kurs valuta asing. Sebagai sebuah aturan umum, sebuah negara dengan tingkat inflasi rendah yang konsisten akan memperlihatkan nilai mata uang yang meningkat, seiring dengan peningkatan daya beli relatif dibanding dengan mata uang lain.

2. Perbedaan suku bunga di berbagai negara

Perubahan tingkat suku bunga disuatu negara akan mempengaruhi arus modal internasional. Suku Bunga yang lebih tinggi menawarkan para kreditur dalam

ekonomi sebuah imbal hasil yang lebih tinggi relatif terhadap negara lain. Karena itu, suku bunga yang lebih tinggi akan menarik modal asing dan menyebabkan nilai mata uang akan meningkat. Pada prinsipnya, kenaikan suku bunga akan merangsang masuknya modal asing. Sebaliknya, jika bank sentral menurunkan suku bunga maka akan cenderung memperlebar nilai tukar mata uang negara tersebut.

### 3. Aktifitas neraca pembayaran

Neraca pembayaran secara langsung mempengaruhi nilai tukar. Dengan demikian, neraca pembayaran aktif meningkatkan mata uang nasional dengan meningkatnya permintaan debitor asing. Saldo pembayaran yang pasif menyebabkan kecenderungan penurunan nilai tukar mata uang nasional sebagai seorang debitor dalam negeri mencoba untuk menjual semuanya menggunakan mata uang asing untuk membayar kembali kewajiban eksternal mereka. Ukuran dampak neraca pembayaran pada nilai tukar ditentukan oleh tingkat keterbukaan ekonomi. Contoh, efek dari perubahan tarif, pembatasan impor, kuota perdagangan, subsidi ekspor berdampak pada neraca perdagangan.

### 4. Tingkat pendapatan

Faktor lain yang mempengaruhi nilai tukar adalah laju pertumbuhan pendapatan terhadap harga-harga luar negeri. Laju pertumbuhan pendapatan dalam negeri diperkirakan akan melemahkan kurs nilai tukar mata uang. Sedangkan pendapatan riil dalam negeri akan meningkatkan valuta asing relatif dibandingkan dengan supply yang tersedia.

### 5. Kontrol pemerintah

Kebijakan pemerintah bisa mempengaruhi keseimbangan nilai tukar (*exchange rate*) dalam berbagai hal termasuk, usaha untuk menghindari hambatan nilai tukar valuta asing, usaha untuk menghindari hambatan perdagangan luar negeri, dan melakukan intervensi di pasar uang yaitu dengan menjual dan membeli mata uang.

## 6. Ekspektasi

Faktor yang mempengaruhi nilai tukar valuta asing lainnya adalah ekspektasi nilai tukar dimasa depan. Sama seperti pasar keuangan yang lain, pasar valas bereaksi cepat terhadap setiap berita yang memiliki dampak ke depan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *exchange rate* adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda. Adanya perbedaan mata uang yang digunakan baik di negara yang mengimpor maupun mengekspor akan menimbulkan suatu perbedaan nilai tukar mata uang sehingga perusahaan akan memanfaatkan hal itu untuk mengurangi resiko nilai tukar dengan cara memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Nilai tukar/*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 rugi sebelum pajak.

Secara sistematis *Exchange rate* dapat dirumuskan sebagai berikut [23]:

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba (Rugi) Selisih Kurs}}{\text{Laba (Rugi) Sebelum Pajak}} \quad (2.4)$$

### 2.1.6. Leverage

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio ini menunjukkan seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) [24]. Ada beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan *leverage* yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan modal.

4. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan dibiayai utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aset.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki [24].

Ketika sebuah perusahaan meminjamkan uang perusahaan berjanji melakukan sederet pembayaran bunga dan kemudian mengembalikan jumlah uang yang dipinjamnya. Jika laba naik, pemegang utang terus menerima pembayaran bunga tetap saja, jadi semua keuntungan menjadi milik pemegang saham. Tentu saja, hal sebaliknya terjadi jika laba turun. Dalam kasus ini pemegang saham menanggung semua kerugian. Jika masa sulit, perusahaan akan meminjam dalam jumlah besar mungkin tidak dapat membayar utangnya. Perusahaan itu lalu bangkrut dan pemegang saham kehilangan seluruh investasi mereka. Karena utang meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham dalam masa-masa baik dan mengurangnya pada masa-masa buruk, utang tersebut dikatakan menciptakan *leverage* keuangan. Rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan [25].

*Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung nilai utang dengan ekuitas. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah variabel yang mendefinisikan seberapa banyak proporsi dari modal perusahaan yang sumber pendanaannya berasal dari pinjaman atau kredit. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang Apabila perbandingan antara utang dan modal sangat besar melebihi batas-batas kewajaran, pada umumnya perusahaan tersebut dalam keadaan tidak sehat [24].

*Debt to Equity Ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah agresif dalam pembiayaan pertumbuhan dengan utang. Hal ini dapat mengakibatkan volatilitas

laba sebagai akibat dari beban bunga tambahan. Sebaliknya jika banyak utang digunakan untuk membiayai peningkatan operasi (*high debt to equity*), perusahaan berpotensi menghasilkan pendapatan lebih dari itu tanpa pembiayaan dari luar [13]. Jika terjadi peningkatan dengan pendapatan dengan jumlah yang lebih besar dari biaya utang (bunga), maka pemegang saham akan mendapatkan keuntungan sebagai pendapatan yang didistribusikan ke para pemegang saham secara proporsional. Namun, biaya pembiayaan utang ini mungkin lebih besar dari pada hasil pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan atas utang melalui kegiatan investasi dan bisnis dan menjadi terlalu besar bagi perusahaan untuk memikul beban tersebut. Hal ini dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan, yang akan menyebabkan pemegang saham tidak memperoleh apa-apa [13].

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. Melalui *leverage* yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* (DER), dapat diketahui berapa jumlah aset perusahaan yang dapat dijadikan jaminan atas utang perusahaan. Semakin tinggi *leverage* perusahaan akan semakin baik bagi perusahaan, karena tingkat utang yang tinggi, maka akan menimbulkan beban bunga yang tinggi sehingga beban bunga tersebut dapat mengurangi beban pajak perusahaan,

Secara matematis *Debt to equity ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut [13]:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (2.5)$$

## 2.2. 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. Bela Pertiwi melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive* Dan *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar

Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi Logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan pajak, *exchange rate*, dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2. Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2015”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
3. Hani Sri Mulyani, Endah Prihatini, dan Dadang Sudirno melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Keputusan *Transfer Pricing* Berdasarkan Pajak, *Tunneling* Dan *Exchange Rate* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* dan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
4. Sapta Setia Darma melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive* Dan *Bonus plan* Terhadap Transaksi *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Multinasional Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2017”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian

ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial pajak, *exchange rate*, dan *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *bonus plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

5. Siti Jasmine Dwi Santosa dan Leny Suzan melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
6. Tunjung Tri Rahayu, Endang Masitoh, dan Anita Wijayanti melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Beban Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, *Profitabilitas*, dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi Logistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial pajak dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
7. Zerni Melmusi melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Saham Asing Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Index Dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer*

*pricing*, sedangkan pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

**Tabel 1.1 Review Peneliti Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil Yang Di Peroleh</b>
Bella Pertiwi (2018) [10]	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel independen:</u> 1. <i>Exchange Rate</i> 2. <i>Tunneling Incentive</i> 3. <i>Leverage</i>	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>  <u>Secara Parsial:</u> 1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . 2. Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>
Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana (2017) [5]	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel independen:</u> 1. Pajak 2. Mekanisme Bonus 3. <i>Tunneling Incentive</i>	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .  <u>Secara Parsial:</u> 1. Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . 2. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
Hani Sri Mulyani, Endah Prihatini, dan dadang Sudirno (2020) [7]	Analisis Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Berdasarkan Pajak, <i>Tunneling</i> Dan <i>Exchange Rate</i> .	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel Independen:</u> 1. Pajak 2. <i>Tunneling Incentive</i> 3. <i>Exchange Rate</i>	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, <i>Tunneling</i> , <i>Exchange Rate</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>  <u>Secara Parsial:</u> 1. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . 2. <i>Tunneling</i> , <i>Exchange Rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
Sapta Setia Darma (2020) [9]	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Bonus plan</i> Terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Multinasional Studi Empiris Pada Perusahaan	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel Independen:</u> 1. Pajak 2. <i>Exchange Rate</i> 3. <i>Tunneling Incentive</i> 4. Bonus Plan	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Bonus Plan</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>  <u>Secara Parsial:</u> 1. Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i>

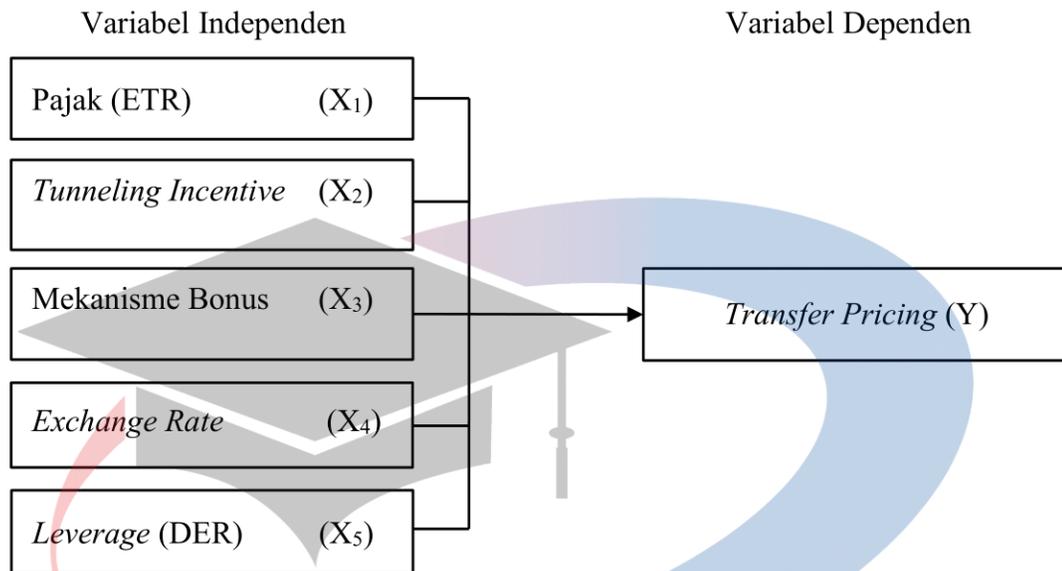
Tabel 2.1 sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Yang Di Peroleh
	Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2017.		2. <i>Bonus Plan</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>
Siti Jasmine Dwi Santosa dan Leny Suzan (2018) [8]	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel Independen:</u> 1. Pajak 2. <i>Tunneling Incentive</i> 3. Mekanisme Bonus	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .  <u>Secara Parsial:</u> 1. Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . 2. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>
Tanjung Tri Rahayu, Endang Masitoh, dan Anita Wijayanti (2020) [11]	Pengaruh Beban Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel Independen:</u> 1. Pajak 2. <i>Exchange Rate</i> 3. <i>Tunneling Incentive</i> 4. <i>Profitabilitas</i> 5. <i>Leverage</i>	<u>Secara Simultan:</u> Beban Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .  <u>Secara Parsial:</u> 1. Pajak, <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> 2. <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
Zerni Melmusi (2016) [6]	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Saham, Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic dan Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>  <u>Variabel Independen:</u> 1. Pajak 2. Mekanisme bonus 3. Kepemilikan Saham Asing 4. Ukuran Perusahaan	<u>Secara Simultan:</u> Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Saham, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>  <u>Secara Parsial:</u> 1. Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> 2. Pajak, Kepemilikan Saham, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model atau bentuk konseptual tentang bagaimana teori yang digunakan berkaitan dengan berbagai faktor-faktor yang telah

peneliti uraikan sebagai masalah penting. Kerangka konsep yang dibuat dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, variabel dependen pada penelitian ini adalah *Transfer Pricing* sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah Pajak (ETR), *Tunneling Incentive*, *Mekanisme Bonus*, *Exchange Rate*, dan *Leverage* (DER).

## 2.4. Pengembangan Hipotesis

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

Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional akan menghadapi berbagai jenis tarif pajak yang berbeda. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi, sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju yang melakukan bisnis multinasional akan berpikir bagaimana caranya untuk dapat menekan beban pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi *cost* perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan

pajak adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* [5].

Melalui *transfer pricing*, perusahaan multinasional dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi ke anggota atau anak perusahaannya yang berada di negara-negara dengan tarif pajak yang rendah. Apabila dalam suatu perusahaan terdapat pajak yang tinggi, maka tingkat kegiatan *transfer pricing* perusahaan tersebut akan meningkat dan sebaliknya. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>1</sub> : Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

#### 2.4.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Terjadinya *tunneling* disebabkan adanya konflik keagenan antara pemegang saham pengendali (mayoritas) dengan pemegang saham non pengendali (minioritas). Secara sederhana dapat dikatakan apabila pemilik saham mayoritas secara otomatis, mereka telah menyertakan modal yang besar pada perusahaan sehingga penanam modal tersebut akan menginginkan pengembalian (dividen) yang besar. Akibat dari adanya kondisi tersebut, maka pemilik saham mayoritas akan dengan mudah melakukan tindakan *transfer pricing* dengan cara memindahkan aset atau laba untuk kepentingannya sendiri, yang dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik saham minioritas. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* [5].

Hal lain yang membuktikan adanya *tunneling incentive* dalam suatu perusahaan yaitu, dengan menetapkan harga yang tidak wajar, tidak membagikan dividen dengan pemegang saham minioritas yang berakibat pemegang saham minioritas mengalami kerugian atau menjual harga produk dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar dengan biaya yang minimum. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>2</sub> : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

### 2.4.3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Salah satu cara direksi atau manajer untuk mendapatkan bonus yaitu dengan memaksimalkan laba. Bonus merupakan *reward* yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Dapat juga diartikan sebagai pemberian imbalan atau kompensasi diluar gaji pokok kepada direksi atau manajer perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dengan cara meningkatkan laporan laba serta meningkatkan laba dari penjualan pihak terkait. Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan perusahaan kepada direksi atau manajer. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Pemilik perusahaan biasanya akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya. Maka dari itu, para direksi tentu akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*. Jadi dapat disimpulkan bahwa direksi atau manajer cenderung akan melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>3</sub> : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

### 2.4.4. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Manajemen cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktivitas operasi dan laba

rugi sebelum pajak, dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan *transfer pricing*. *Exchange rate* menjadi alasan untuk mengurangi eksposur transaksi perusahaan multinasional terhadap risiko perubahan nilai tukar dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing* [9]

Perbedaan mata uang disebabkan karena perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus menerus berfluktuasi. Sehingga 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. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>4</sub> : *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

#### 2.4.5. Pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*

*Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan ekuitas atau modal sendiri perusahaan untuk memenuhi kewajibannya termasuk perpajakan, menjadi salah satu barometer selain dapat digunakan untuk mengukur tingkat kesehatan finansial/ekonomis dari struktur permodalan perusahaan yang digunakan oleh pihak ketiga, seperti perbankan, investor/calon investor untuk memberikan salah satu bahan pertimbangan dalam kelayakan pengucuran kredit perbankan, merilis tambahan modal. Namun dari sisi perpajakan, penentuan rasio *leverage* digunakan untuk keperluan perhitungan pajak atas bunga dan dividen, dan untuk tujuan tertentu rasio ini bisa menjadi salah satu alat untuk merencanakan *transfer pricing* sebagai upaya untuk melakukan *tax avoidance* dalam perencanaan pajak yang dilakukan oleh investor. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing* [10].

Perusahaan multinasional cenderung mendanai afiliasinya lebih banyak menggunakan utang dari pada pada penyertaan modal. Hal tersebut dilakukan karena perusahaan dengan tingkat *leverage* jika didukung dengan probabilitas yang tinggi maka akan menyebabkan pajak yang dibayarkan lebih rendah. *Leverage* menimbulkan beban bunga yang dapat dimanfaatkan sebagai pengurang laba perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H<sub>5</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

