

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keputusan *Transfer Pricing*

Transfer Pricing merupakan suatu harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). *Transfer Pricing* yang sering juga disebut dengan *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, interdivisional atau internal *pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas *transfer* barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan). *Transfer Pricing* biasanya ditetapkan untuk produk-produk antara (*intermediate product*) yang merupakan barang-barang dan jasa-jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli. Bila dicermati secara lebih lanjut, *Transfer Pricing* dapat menyimpang secara signifikan dari harga yang disepakati. Biasanya harga yang menyimpang tersebut terjadi karena dipengaruhi hubungan istimewa antar pihak yang bertransaksi.

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

1. Harga penjualan.
2. Harga pembelian.

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

Terdapat beberapa metode dalam menghitung nilai wajar apabila dalam suatu transaksi terdapat indikasi melakukan praktik *transfer pricing* yaitu [16].

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

pertimbangan itu mencerminkan seandainya transaksi itu tidak dipengaruhi hubungan istimewa.

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

Variabel keputusan *transfer pricing* diukur dengan membagi piutang *related party transaction* dibagi dengan total piutang perusahaan. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung keputusan *transfer pricing* adalah sebagai berikut [17]:

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

Transfer Pricing digunakan dalam menentukan harga untuk keperluan pengendalian manajemen atas barang dan jasa yang dipertukarkan oleh divisi penjual dan divisi pembeli didalam grup perusahaan. *Transfer Pricing* dapat terjadi karena adanya hubungan istimewa antara pihak penjual dan pembeli seperti kepemilikan/penyertaan modal, penguasaan maupun hubungan keluarga. Indikasi terjadinya *Transfer Pricing* dapat dilihat dari kekurangwajaran dalam transaksi-transaksi seperti penjualan, pembelian, alokasi biaya administrasi dan umum, pembebanan bunga dan pembelian harta oleh pemegang saham. Terdapat 5 jenis metode yang digunakan dalam menghitung harga wajar, yaitu metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya plus, metode pembagian laba, dan metode laba bersih transaksional. Dari metode-metode tersebut, dapat diketahui apakah terdapat indikasi melakukan praktik *Transfer Pricing* atau tidak.

2.1.2 Beban Pajak

Definisi 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 [18].

Sedangkan menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum [18].

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur [18]:

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, yaitu pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Terdapat dua fungsi pajak, yaitu [18]:

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 pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut [18]:

1. Pemungutan pajak harus adil (Syarat keadilan)
Sesuai dengan tujuan hukum, yaitu mencapai keadilan undang-undang maupun pelaksanaan pemungutan pajak harus adil. Adil dalam perundang-undangan di antaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Sedangkan adil dalam pelaksanaannya, yaitu dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan,

penundaan dalam pembayaran, dan mengajukan banding kepada Pengadilan Pajak.

2. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (Syarat Yuridis)
Di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 Pasal 23 Ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negara maupun warganya.
3. Tidak mengganggu Perekonomian (Syarat Ekonomis)
Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.
4. Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial)
Sesuai dengan fungsi *Budgetair*, biaya pemungutan pajak harus lebih rendah dari hasil pemungutannya.
5. Sistem pemungutan pajak harus sederhana
Sistem pemungutan pajak yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah dipenuhi oleh undang-undang perpajakan yang baru.

Rumus untuk menghitung beban pajak yaitu dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) yang dimana ETR adalah presentase Besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR juga sering digunakan sebagai landasan oleh *stakeholder* dalam pengambilan keputusan dan memutuskan kebijakan-kebijakan yang diambil serta untuk mengetahui tata cara pengelolaan perpajakan yang diterapkan oleh suatu entitas [19].

$$\text{Effective Tax Rate (ETR)} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \quad (2.2)$$

Beban pajak merupakan pajak yang ditanggung oleh perusahaan atas keuntungan yang telah dihasilkan selama periode tertentu. Pajak tersebut adalah kontribusi wajib yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara. Pemerintah dapat memanfaatkan pajak sebagai sumber dana untuk membiayai pengeluaran pemerintah dan mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Terdapat 5 syarat yang ditetapkan dalam pemungutan pajak agar tidak terjadi hambatan maupun perlawanan, yaitu:

1. Syarat keadilan: Adil dalam keadilan undang-undang maupun pelaksanaan undang-undang.
2. Syarat yuridis: Memberikan jaminan hukum baik bagi negara maupun warganya.
3. Syarat ekonomis: Pemungutan tidak mengganggu kelancaran produksi maupun perdagangan
4. Syarat finansial: Biaya pemungutan pajak harus lebih rendah dari hasil pemungutan.
5. Sistem pemungutan pajak harus sederhana: Untuk memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya

2.1.3 *Tunneling Incentive*

Tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas. Transaksi antara pihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *Tunneling Incentive* [20].

Munculnya *Tunneling incentive* ini dikarenakan adanya masalah keagenan antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham non pengendali. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang dikonsentrasikan pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya. Pemegang saham pengendali melakukan *Tunneling incentive* dengan tujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anak perusahaan atau divisi lain dengan *Transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan sehingga meningkatkan keuntungan divisi lain tersebut [20].

Dalam *tunneling* praktek *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh di

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

Tunneling incentive diproksikan dengan kepemilikan saham asing yang melebihi 20% dianggap memiliki pengaruh sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Rumus untuk menghitung *Tunneling Incentive* [20]:

$$\text{Kepemilikan saham asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan pihak asing}}{\text{Total saham yang beredar}} \quad (2.3)$$

Tunneling incentive merupakan tindakan dari pemegang saham mayoritas dimana aset dan laba perusahaan dipindahkan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas. Keuntungan yang diperoleh dari pemegang saham mayoritas berasal dari pengalihan aset ke anak perusahaan dengan *Transfer Pricing* yang menghasilkan beban-beban sebagai pengurang laba perusahaan. Sementara, pemegang saham minoritas atau non pengendali yang akan menanggung biaya atas pengalihan aset. Selain itu, tindakan *Tunneling incentive* juga dapat dilihat dari pembelian dan penjualan dari anak perusahaan ke induk perusahaan. Anak perusahaan akan menjual persediaan dengan harga yang lebih murah sehingga laba perusahaan akan menurun dan membeli persediaan dengan harga yang lebih mahal yang sehingga laba perusahaan akan berkurang dari biaya persediaan yang tinggi. Dalam praktik *Transfer Pricing*, pihak pemegang saham mayoritas akan memperoleh keuntungan, sedangkan pihak pemegang saham minoritas yang menanggung kerugian atas tindakan *tunneling*.

2.1.4 Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Mekanisme Bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer di perusahaan dapat melakukan perekayasa terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal. Para direksi dalam menjalankan tugasnya cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi atau sub unit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan [21].

Mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25%, karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang. Jika manajemen melakukan pengelolaan laba secara oportunistik, maka informasi laba tersebut dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang salah bagi investor. Adanya apresiasi pemberian bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer ketika target laba perusahaan terpenuhi. Maka mekanisme pemberian bonus akan berdampak pada manajemen dalam merekayasa laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Karena pada dasarnya manajer perusahaan menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya adalah dengan mengubah laba yang dilaporkan [21].

Semua eksekutif puncak STI tergabung dalam perencanaan bonus yang memberikan hadiah tunai berdasarkan pencapaian kombinasi tertimbang dari tujuan perusahaan dan perorangan. Hadiah bonus ditargetkan bermacam-macam tergantung dari level karyawan dalam perusahaan, dari 25-40% gaji pokok. Sepanjang 2002, semua bonus hanya dibuat berdasarkan kinerja perusahaan. Komite kompensasi dari dewan direksi melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi subunit, tetapi juga untuk direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan [21].

Rumus untuk mengukur Mekanisme Bonus dengan persentase pencapaian Laba bersih pada tahun t terhadap Laba bersih pada tahun $t-1$, sebagai berikut [22]:

$$\text{Indeks Trend Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1} \quad (2.4)$$

Mekanisme bonus memberikan imbalan kepada karyawan atas target perusahaan yang telah mereka capai. Perusahaan sering menggunakan Mekanisme bonus untuk memberikan imbalan kepada direksi atau manajer. Namun, imbalan tersebut dapat mendorong anggota direksi atau manajer melakukan manipulasi laba yang dapat meningkatkan imbalan yang mereka terima. Berdasarkan teori keagenan, bila kepemilikan manajemen di bawah 5%, manajer akan berkeinginan untuk melakukan manajemen laba. Manajemen laba dapat menyebabkan asimetris informasi yang dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang salah bagi para investor. Sedangkan kepemilikan manajemen sebesar 25% termasuk cukup besar bagi manajer sehingga asimetris informasi berkurang. Agar dapat menghindari asimetris informasi, ada baiknya bagi investor untuk mengambil keputusan dalam perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang tinggi.

2.1.5 *Debt Covenant*

Debt Covenant adalah rasio yang digunakan untuk memenuhi perbandingan antara total hutang dan modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang [23].

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang [24].

Bagi bank (kreditor), semakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamatan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan [24].

Debt to equity ratio untuk setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan arus kas stabil biasanya memiliki rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil [24].

Penggunaan liabilitas melibatkan risiko karena liabilitas membawa komitmen tetap dalam bentuk liabilitas dan pembayaran kembali pokok pinjaman. Kegagalan memenuhi tagihan tetap terkait liabilitas pada puncaknya akan mengakibatkan kebangkrutan. Risiko yang lebih ringan adalah perusahaan dengan terlalu banyak liabilitas mengalami kesulitan memperoleh biaya liabilitas tambahan ketika diperlukan atau mengalami kredit yang tersedia dengan tingkat bunga yang sangat tinggi. Meskipun liabilitas menyiratkan risiko, liabilitas juga mengantar pada kenaikan manfaat bagi para pemilik perusahaan. Jika liabilitas digunakan dengan baik maka pengembalian bagi para pemegang saham adalah besar melalui *leverage* keuangan [25].

Debt Covenant diprosikan dengan rasio hutang dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan perbandingan antara hutang-hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri, perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Debt Covenant* [26]:

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

Penggunaan *Debt Covenant* bertujuan untuk menghitung perbandingan antara hutang dengan modal sehingga dapat diketahui nilai hutang yang digunakan untuk memperoleh aktiva perusahaan. Perhitungan rasio hutang terhadap modal menggunakan *Debt to equity ratio*. Apabila nilai hutang terhadap modal semakin besar, maka risiko yang ditanggung perusahaan juga semakin besar. Hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi pihak kreditor. Risiko yang dihadapi perusahaan berupa komitmen untuk membayar kembali pinjaman tersebut. Perusahaan yang tidak mampu mengembalikan pinjaman akan sulit mendapatkan pinjaman tambahan dan pada akhirnya akan mengalami kebangkrutan. Untuk menghindari hal tersebut, perusahaan perlu menggunakan pinjaman sebaik-baiknya.

2.1.6 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan *Good Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah yang berkepentingan (*Stakeholder*) [27].

Berdasarkan Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : Kep-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara, maka ditetapkan bahwa : *Good Corporate Governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika, sedangkan *stakeholders* adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan BUMN, baik langsung maupun tidak langsung yaitu pemegang saham/pemilik modal, komisaris/dewan pengawas, direksi dan karyawan serta pemerintah, kreditor, dan pihak berkepentingan lainnya [27].

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan *Good Corporate Governance* adalah sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan terutama dalam arti sempit, hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan organisasi. *Good Corporate governance* dimaksudkan untuk mengatur hubungan ini dan mencegah terjadinya kesalahan signifikansi dalam strategi korporasi dan untuk memastikan kesalahan yang terjadi dapat segera diperbaiki [27].

Ada 4 prinsip-prinsip dasar *Good Corporate Governance* sebagai berikut [27]:

1. *Fairness* (Kewajaran)

Perlakuan yang sama terhadap pemegang saham, terutama kepada pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham oleh orang dalam.

2. *Disclosure dan Transparency* (Transparansi)

Hak pemegang saham, yang harus diberi informasi benar dan tepat waktu mengenai perusahaan, dapat berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan mendasar atas perusahaan dan memperoleh bagian keuntungan perusahaan. Pengungkapan yang akurat dan tepat waktu serta transparansi mengenai semua hal penting mengenai kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan.

3. *Accountability* (Akuntabilitas)

Tanggung jawab manajemen melalui pengawasan efektif berdasarkan keseimbangan kekuasaan antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris, dan auditor, merupakan bentuk pertanggung jawaban manajemen kepada perusahaan dan pemegang saham.

4. *Responsibility* (Responsibilitas)

Peran pemegang saham harus diakui sebagaimana ditetapkan oleh hukum dan kerja sama yang aktif antara perusahaan serta pemegang kepentingan dalam menciptakan kekayaan, lapangan kerja, dan perusahaan yang sehat dari aspek keuangan.

Good Corporate Governance mensyaratkan adanya transparansi dan akuntabilitas di perusahaan, termasuk investasi strategis perusahaan yang umumnya membutuhkan dana besar dan jangka panjang. Perusahaan di Indonesia, mempunyai kondisi yang sama dengan perusahaan di seluruh dunia, karena perusahaan di Indonesia adalah bagian dari dunia bisnis internasional, berada dalam lingkaran kompetisi global yang selalu harus menjadi lebih kompetitif terhadap pesaing, walaupun pada saat yang sama mereka juga harus menanggulangi dampak krisis ekonomi domestik yang masih tidak menentu kapan berakhir. Bila pesaing global menjadi lebih efisien dan efektif dalam proses bisnisnya melalui penerapan *Information Technology* (IT) tepat guna, maka perusahaan di Indonesia apabila tidak dapat segera mengimbangnya maka akan segera terlempar dari dunia bisnis, bangkrut dan/atau menjadi sasaran empuk akuisisi perusahaan global [27].

Information Technology Governance merupakan bagian terpadu dari *Good Corporate Governance* perusahaan yang berisi kepemimpinan dan struktur organisasi serta proses dalam memastikan bahwa *Information Technology* (IT) di perusahaan akan mendukung perwujudan strategi dan sasaran perusahaan, sehingga akan menyempurnakan segala hal dengan lebih baik. *Information Technology Governance* memastikan adanya pengukuran yang efisien dan efektif terhadap peningkatan proses bisnis perusahaan melalui struktur yang mengkaitkan proses *Information technology* (IT), sumber daya *Information technology* (IT) kearah dan tujuan strategik perusahaan. Dengan adanya *Information technology Governance*, proses bisnis di perusahaan akan lebih transparan, tanggung jawab dan akuntabilitas setiap fungsi dan individu semakin jelas [27].

Good Corporate Governance di proksikan dengan Komite audit. Dalam Pasal 70 Undang-Undang No. 17 Tahun 2003 tentang BUMN disebutkan bahwa komisaris dan dewan pengawas BUMN wajib membentuk Komite audit yang bekerja secara kolektif dan berfungsi membantu komisaris dan pengawas dalam melaksanakan tugasnya. Komite audit tersebut di pimpin oleh seorang ketua yang bertanggung jawab kepada komisaris atau dewan pengawas [28].

Komite audit dapat dirumuskan sebagai berikut [28]:

$$\text{Komite Audit} = \text{Jumlah Anggota Komite Audit} \quad (2.6)$$

Good Corporate Governance merupakan suatu sistem yang mengatur relasi antara pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan baik secara internal maupun eksternal. *Good Corporate Governance* bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan manajemen perusahaan. Dalam *Good Corporate Governance* terdapat beberapa prinsip-prinsip dasar, yaitu kewajaran yang memperlakukan semua pemegang saham dengan sama termasuk pemegang saham minoritas dan asing, transparansi yang memberikan hak pemegang saham untuk memperoleh informasi perusahaan yang benar dan tepat waktu serta transparansi mengenai kinerja perusahaan dan kepemilikan/pemegang kepentingan perusahaan, akuntabilitas sebagai tanggung jawab manajemen dalam melakukan pengawasan dan responsibilitas yang mengakui peran pemegang saham.

2.1.7 *Leverage*

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang, dengan kata lain sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Pembiayaan dengan hutang menimbulkan beban yang bersifat tetap. Rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan. Setiap penggunaan hutang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap risiko dan pengembalian. Semakin besar hutang maka akan berdampak terhadap profitabilitas yang diperoleh perusahaan, karena sebagian digunakan untuk membayar bunga pinjaman. Dengan biaya bunga yang semakin besar, maka profitabilitas (*earnings after tax*) semakin berkurang (karena sebagian digunakan untuk membayar bunga), maka hak pemegang saham (dividen) juga semakin berkurang. Bahkan pertimbangan pajak muncul untuk membuat hutang menjadi pembiayaan dalam pajak tinggi dan ekuitas dalam pajak rendah. Analisis rasio keuangan diperlukan untuk mencerminkan aspek-aspek tertentu, salah satu rasio keuangan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang yang disebut dengan rasio *leverage* [24].

Penggunaan rasio *leverage* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat yang dapat dipetik, baik rasio rendah maupun rasio tinggi. Rasio *leverage* memiliki beberapa implikasi berikut [24]:

1. Kreditor mengharapkan ekuitas (dana yang disediakan pemilik) sebagai margin keamanan. Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung oleh kreditor.
2. Dengan pengadaan dana melalui hutang, pemilik memperoleh manfaat, berupa tetap dipertahankannya penguasaan atau pengendalian perusahaan.
3. Bila perusahaan mendapat penghasilan lebih dari dana yang dipinjamkannya dibandingkan dengan bunga yang harus dibayarannya, pengembalian kepada pemilik diperbesar.

Dalam praktiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio lebih rendah tentu mempunyai risiko kerugian yang lebih kecil pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi [24].

Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio *leverage* dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat rasio yang dihadapi. Besar kecilnya rasio ini sangat tergantung dari pinjaman yang dimiliki perusahaan di samping aktiva yang dimilikinya (ekuitas) [24]. *Leverage* diproksikan dengan *Debt to asset ratio* (DAR).

Debt to Assets Ratio merupakan rasio hutang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Dengan kata lain seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Dari hasil pengukuran, apabila rasio tinggi, artinya pendanaan dengan semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi hutang-hutangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan hutang [24].

Rumus untuk mencari *debt to asset ratio* sebagai berikut [24]:

$$\text{Debt to asset ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \quad (2.7)$$

Leverage digunakan untuk mengukur hutang yang digunakan perusahaan. Hutang tersebut dapat berpengaruh terhadap risiko dan pengembalian. Hutang yang

besar akan mengurangi profitabilitas perusahaan dengan biaya bunga yang besar sehingga pembayaran pajak oleh perusahaan menjadi lebih rendah. Perusahaan juga dapat memperoleh penghasilan yang lebih dari pinjaman dana. Akan tetapi, hutang tersebut dapat menyebabkan kerugian sebab perusahaan yang tidak mampu membayar hutang sulit untuk mendapatkan pinjaman sehingga perusahaan dapat mengalami kebangkrutan. Dengan demikian, manajer perlu mengelola *leverage* dengan baik agar dapat memperoleh keuntungan bagi perusahaan bukan kerugian.

2.1.8 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar kecilnya aset yang digunakan perusahaan. Perusahaan berukuran sedang dan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari para *stakeholders* dan *stockholders*-nya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar dianggap mempunyai risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Ukuran perusahaan memiliki beberapa karakteristik [29]:

1. Usaha mikro :
 - a. Jenis barang/komoditi tidak terlalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti.
 - b. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
 - c. Belum melakukan administrasi keuangan sederhana sekalipun.
 - d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
 - e. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
 - f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.
 - g. Umumnya belum mempunyai akses kepada perbankan, tetapi sebagian besar sudah mempunyai akses kepada lembaga keuangan non bank.
 - h. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
 - i. Misalnya, usaha perdagangan kaki lima dan pedagang di pasar.
2. Usaha kecil :
 - a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah.

- b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah
 - c. Umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walaupun masih sederhana.
 - d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.
 - e. Sudah membuat rencana usaha.
 - f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
 - g. Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha.
 - h. Sebagian besar sudah mempunyai akses kepada perbankan untuk keperluan modal.
 - i. Sebagian besar belum dapat menjalankan manajemen usaha dengan baik seperti perencanaan bisnis.
 - j. Misalnya, pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya.
3. Usaha menengah :
- a. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.
 - b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi secara teratur sehingga memudahkan untuk melakukan audit dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
 - c. Telah melakukan aturan dan pengelolaan dan organisasi perburuhan.
 - d. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga.
 - e. Sudah memiliki akses kepada sumber pendanaan perbankan.
 - f. Umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.
 - g. Misalnya, usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.
4. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Menurut pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah:

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

(4) Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

Aset yang dimiliki perusahaan menggambarkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Perusahaan harus menyajikan seluruh aset yang dimiliki dalam laporan keuangan. Sayangnya, penyajian aset dalam laporan keuangan menimbulkan persoalan yang kian kompleks.

Masyarakat awam dengan mudah mengatakan bahwa mesin yang dimiliki perusahaan sebagai aset perusahaan. Namun, akuntansi belum tentu menyatakan mesin tersebut sebagai aset. Akuntansi memiliki definisi sendiri mengenai aset. Mesin yang rusak bukanlah merupakan definisi aset menurut definisi akuntansi.

Misalnya perusahaan memiliki mesin yang akan disajikan dalam laporan keuangan. Persoalan berikutnya adalah menentukan berapa nilai mesin yang akan disajikan dalam laporan keuangan itu. Mesin yang digunakan terus menerus akan

semakin aus. Kemajuan teknologi seringkali membuat mesin jadi cepat usang. Dengan begitu, nilai mesin secara riil justru dianggap mengalami penurunan. Itu sebabnya nilai mesin perlu di-*update* secara periodik. Hal ini merupakan persoalan akuntansi lainnya. Persoalan akan semakin kompleks karena perusahaan memiliki jumlah dan jenis aset yang tidak sedikit. Mesin yang jenisnya sama pun, tahun perolehannya bisa berbeda-beda [30].

Ukuran perusahaan dihitung dengan rumus [31]:

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Assets}) \quad (2.8)$$

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan aset yang dimiliki. Semakin besar suatu perusahaan, semakin besar pula tekanan yang diberikan pemangku kepentingan dan pemegang saham. Ukuran perusahaan dapat dikategorikan menjadi 4, yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Masing-masing usaha memiliki kekayaan bersih dan penjualan yang berbeda-beda dari kekayaan bersih sebesar Rp.50 juta sampai lebih dari Rp.10 milyar dan penjualan sebesar Rp.300 juta pertahun sampai dengan lebih dari Rp.50 milyar pertahun. Seluruh kekayaan perusahaan harus disajikan dalam laporan keuangan agar dapat diklasifikasi jenis perusahaan tersebut apakah termasuk usaha mikro, kecil, menengah, atau besar.

2.1.9 *Multinationality*

Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di dua negara atau lebih. Perusahaan multinasional umumnya menerapkan perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas, bahwa perusahaan yang memperoleh pendapatan dari sumber-sumber asing dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar. Perusahaan multinasional menggunakan metode perencanaan pajak yang saling terkait secara global dan secara efisien mengurangi kewajiban pajak kelompok.

Baik perusahaan swasta dan publik berlimpah di lingkungan internasional. Ketika mereka memperluas operasi mereka keluar dari negara asal mereka, organisasi mereka menjadi lebih kompleks. Perusahaan dapat tumbuh 'secara organik' dengan meningkatkan kapasitasnya dan memasuki pasar baru tanpa membuat perubahan struktural besar pada organisasi. Ketika eksekutif perusahaan

menjadi lebih ambisius secara internasional, mereka merenungkan perubahan dengan implikasi struktural yang lebih dalam. Hasilnya telah menjadi pasar global yang berkembang dalam kepemilikan dan kendali perusahaan. Ketika strateginya berkembang, sebuah perusahaan dapat membeli perusahaan lain dan menjual yang tidak lagi ingin dimilikinya. Itu juga dapat membeli saham di perusahaan lain, sering kali sebagai sarana untuk berpartisipasi dalam jaringan perusahaan, bukan untuk motif kepemilikan semata. Rekonfigurasi ulang perusahaan dan bisnis yang konstan ini telah menjadi fitur utama dari lingkungan bisnis internasional. Dengan cara ini, perusahaan dapat tumbuh secara relatif cepat secara internasional dan mengadaptasi bisnis mereka secara organisasi ketika terjadi perubahan dalam lingkungan kompetitif. Pengaturan organisasi utama yang melaluinya perubahan ini terjadi adalah perusahaan multinasional [32].

Perusahaan multinasional adalah istilah luas yang menandakan perusahaan pemimpin (perusahaan induk) yang telah memperoleh kepemilikan atau ikatan kontraktual lainnya dalam organisasi lain (termasuk perusahaan dan bisnis tidak berbadan hukum) di luar negara asalnya. Perusahaan induk mengoordinasi dan mengendalikan (dalam berbagai tingkatan) kegiatan bisnis internasional yang dilakukan oleh semua organisasi di dalam kendali luas perusahaan multinasional. Istilah korporasi transnasional sering digunakan secara bergantian dengan perusahaan multinasional. Korporasi transnasional didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki dan mengendalikan operasi di satu atau lebih negara selain negara asalnya, termasuk perusahaan dan perusahaan tidak berbadan hukum. Perusahaan multinasional telah menjadi istilah yang disukai dalam edisi ini, karena gagasan 'perusahaan' lebih luas daripada 'korporasi', mengakui keragaman organisasi yang berkembang dari bisnis internasional. Perusahaan multinasional sebagai bentuk organisasi bukanlah kategori yang sepenuhnya legal, tetapi diakui sebagai pusat dalam organisasi bisnis internasional dan telah menjadi pendorong utama globalisasi [32].

Istilah ini mencakup bisnis dari semua ukuran, dari perusahaan kecil hingga menengah hingga perusahaan global dengan ratusan ribu karyawan. Ini mencakup perusahaan swasta maupun yang publik. Biasanya, perusahaan induk yang berlokasi di negara asal mengoordinasikan kegiatan perusahaan lain dalam grup, yang dikenal

luas sebagai afiliasi. Perusahaan induk dapat menggunakan kontrol yang kuat, atau dapat beroperasi secara longgar dan terkoordinasi, mendelegasikan banyak pengambilan keputusan kepada manajer lokal. Pendekatannya sangat tergantung pada struktur kepemilikan afiliasi. Jika perusahaan induk sepenuhnya memiliki dan mengendalikan perusahaan dari negara lain, itu adalah anak perusahaan. Induk yang memiliki 60% kepemilikan saham di perusahaan dari negara lain menjadikannya juga anak perusahaan, karena ini memberikan induknya saham pengendali. Jika perusahaan induk memiliki saham minimal 10% di perusahaan lain, maka perusahaan lain tersebut umumnya dianggap sebagai afiliasi. Perusahaan multinasional dapat memiliki jaringan afiliasi yang cukup kompleks, dan di beberapa negara, terutama di Jepang dan Korea Selatan, afiliasi memiliki saham satu sama lain, yang dikenal sebagai 'kepemilikan saham silang', sehingga memberikan perusahaan induk kontrol yang efektif atas afiliasi meskipun mungkin hanya memiliki saham kecil itu sendiri [32].

Perusahaan induk perusahaan multinasional kemungkinan terdaftar di negara asalnya, anak perusahaan yang terdaftar di negara tempat mereka melakukan kegiatannya. Karenanya, anak perusahaan dapat dipandang sebagai perusahaan 'lokal', bahkan jika dikendalikan oleh orang tua asing. Di beberapa negara, investor asing tidak diizinkan oleh hukum untuk memiliki 100% dari perusahaan lokal, tetapi saham yang cukup besar dapat membawa kekuatan pertimbangan. Dalam *twist* lain, perusahaan induk swasta dapat mengendalikan anak perusahaan yang terdaftar secara publik di negara mereka beroperasi (contohnya adalah perusahaan baja Arcelor/mittal). Mengelola anak perusahaan di lingkungan negara yang berbeda adalah salah satu tantangan utama bagi para manajer internasional saat ini [32].

Multinationality dihitung dengan rumus [33]:

$$\text{Kepemilikan anak perusahaan asing} = \frac{\text{Jumlah anak perusahaan asing}}{\text{Jumlah anak perusahaan}} \quad (2.9)$$

Perusahaan multinasional beroperasi dengan menjual produk yang dimilikinya ke luar negeri. Perusahaan multinasional mempunyai perencanaan pajak sendiri yang dapat digunakan untuk menghindari pajak yang besar. Dengan melakukan ekspansi usaha, perusahaan dapat meningkatkan kapasitas dan memasuki pasar global. Setelah berkembang, perusahaan dapat membeli perusahaan lain dan saham dari perusahaan

lain dengan tujuan untuk berpartisipasi dalam jaringan perusahaan. Dari sana perusahaan dapat tumbuh dengan cepat sehingga dapat berkompetisi dengan perusahaan lain secara internasional. Perusahaan multinasional memiliki banyak perusahaan di luar negeri di mana semua kegiatan dikendalikan oleh perusahaan induk. Perusahaan-perusahaan yang dikuasai perusahaan induk disebut dengan anak perusahaan. Apabila perusahaan induk memiliki kepemilikan 60% terhadap suatu perusahaan, perusahaan tersebut dapat disebut sebagai anak perusahaan sedangkan kepemilikan minimal 10% disebut dengan afiliasi. Investor asing tidak diizinkan untuk memiliki 100% kepemilikan terhadap perusahaan lokal berdasarkan hukum beberapa negara. Namun kepemilikan yang besar dapat memberikan kekuatan dalam pengambilan keputusan.

2.1.10 Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio – rasio yang telah dibahas sejauh ini dapat memberikan petunjuk – petunjuk yang berguna dalam menilai keefektifan dari operasi sebuah perusahaan, tetapi rasio profitabilitas (*profitability ratio*) akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aset dan utang pada hasil – hasil operasi [34].

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk (barang dan/atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk menghasilkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbalan hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan memperoleh laba dalam aktivitas bisnisnya [35].

Profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen

dalam menjalankan operasional perusahaan [35]. Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio yang salah satunya adalah *Return On Assets* (ROA).

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas juga mencerminkan bagaimana kinerja manajemen dalam menjaga efektivitas kegiatan operasi perusahaan [36].

Return On Assets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Assets* (ROA) merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan. Baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Pengukuran kinerja dengan ROA menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada. Ataupun rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan [35].

Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA). Berikut rumus untuk menghitung ROA [26]:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total Aset}} \quad (2.10)$$

Profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba perusahaan. Perusahaan melakukan penjualan produk yang akan menghasilkan laba yang dapat digunakan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk mendapatkan laba yang tinggi, pemilik perusahaan menuntut manajer untuk menghasilkan kinerja yang baik. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* yang menunjukkan seberapa besar laba yang diterima perusahaan atas total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio *Return On Asset* juga menilai kemampuan perusahaan dalam menggunakan modal untuk menghasilkan laba.

2.2 Review Penelitian 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. Deni Ardiyanti melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Mekanisme Bonus, *Tax Minimization*, *Exchange Rate* dan *Multinationality* Terhadap keputusan *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 80 perusahaan pada periode 2011-2015. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, mekanisme bonus, *tax minimization*, *exchange rate* dan *multinationality* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, mekanisme bonus dan *tax minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan *exchange rate* dan *multinationality* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* [14].
2. Dwi Noviasatika F., Yuniadi Mayowan, dan Suhartini Karjo melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 40 perusahaan pada periode 2012-2014. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, *tunneling incentive* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*, sedangkan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* [11].
3. Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing*” dengan sampel sebanyak 19 perusahaan pada periode 2012-2016. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, profitabilitas, pajak dan *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan pajak dan *debt covenant* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* [10].

4. Evan Maxentia Tiwa, David P.E. Saerang, dan Victorina Z. Tirayoh melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 27 perusahaan pada periode 2013-2015. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak berpengaruh positif terhadap penerapan *transfer pricing*, sedangkan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing* [5].
5. Gresia Meriana Purwanto dan James Tumewu melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 44 perusahaan pada tahun 2012. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* [38].
6. Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* pada indikasi melakukan *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 100 perusahaan pada periode 2012-2015. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* [7].
7. Machfirah Aprilia Rezky dan Fachrizal melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan *Multinationality* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan

Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” dengan sampel sebanyak 75 perusahaan pada periode 2010-2014. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *multinationality* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, *leverage* dan *multinationality* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [8].

8. Muhammad Rheza Ramadhan dan Nur Aisyah Kustiani melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Faktor-Faktor Penentu Agresivitas *Transfer Pricing*” dengan sampel sebanyak 121 perusahaan pada tahun 2015. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, Multinasionalitas, Pemanfaatan *Tax haven country*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *intangible asset*, keberadaan kompensasi kerugian dan selisih kompensasi kerugian berpengaruh terhadap agresivitas *transfer pricing*. Secara parsial, multinasionalitas, pemanfaatan *tax haven country*, kompensasi kerugian dan selisih kompensasi kerugian berpengaruh positif terhadap agresivitas *transfer pricing*, sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *intangible asset* tidak berpengaruh terhadap agresivitas *transfer pricing* [37].
9. Ratna Felix Nuradila dan Raden Arief Wibowo melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “*Tax Minimization* sebagai Pemoderasi Hubungan antara *Tunneling Incentive*, *Bonus Mechanism* dan *Debt Covenant* dengan Keputusan *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan multinasional yang terdaftar di BEI dengan sampel sebanyak 33 perusahaan pada periode 2012-2014. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *bonus mechanism* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, *tunneling incentive* dan *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan *bonus mechanism* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* [9].
10. Ria Rosa, Rita Andini dan Kharis Raharjo melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant* dan *Good Corporate Governance (GCG)* Terhadap *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 34 perusahaan pada periode 2013-2015.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *debt covenant* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. *Debt covenant* dan *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [6].

11. Thesa Refgia melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*” dengan populasi Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 13 perusahaan pada periode 2011-2014. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara parsial, pajak, kepemilikan asing dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [13].
12. Zahrotun Nisa melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” dengan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 115 perusahaan pada periode 2012-2016. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan, pajak, mekanisme bonus dan *leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* [12].

Berdasarkan uraian di atas dapat kita lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Deni Ardiyanti (2017) [14]	Pengaruh Mekanisme Bonus, <i>Tax Minimization</i> , <i>Exchange Rate</i> Dan	<p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing (Y)</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. Mekanisme Bonus (X1)</p> <p>b. <i>Tax Minimization</i></p>	<p><u>Secara simultan:</u> Mekanisme bonus, <i>tax minimization</i>, <i>exchange rate</i> dan <i>multinationality</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</p> <p><u>Secara parsial:</u></p>

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
	<p><i>Multinationality Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)</i></p>	<p>c. <i>(X2)</i> d. <i>Exchange Rate (X3)</i> e. <i>Multinationality (X4)</i></p>	<p>1. Mekanisme bonus dan <i>tax minimization</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>. 2. <i>Exchange rate</i> dan <i>multinationality</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</p>
<p>Dwi Noviasatika F, Yuniadi Mayowan, Suhartini Karjo (2016) [11]</p>	<p>Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan dengan Perusahaan Asing)</p>	<p>Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i></p> <p>Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. <i>Tunneling Incentive (X2)</i> c. <i>Good Corporate Governance (X3)</i></p>	<p>Secara simultan: Pajak, <i>tunneling incentive</i> dan <i>good corporate governance</i> berpengaruh terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>.</p> <p>Secara parsial: 1. Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>. 2. <i>Good corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>.</p>
<p>Eling Pamungkas Sari, Abdullah Mubarak (2018) [10]</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, Pajak Dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016)</p>	<p>Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i></p> <p>Variabel Independen: a. Profitabilitas (X1) b. Pajak (X2) c. <i>Debt Covenant (X3)</i></p>	<p>Secara simultan: Profitabilitas, pajak dan <i>debt covenant</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>.</p> <p>Secara parsial: 1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i>. 2. Pajak dan <i>Debt Covenant</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p>
<p>Evan Maxentia Tiwa, David P.E.Saerang, Victorina Z.Tirayoh (2017) [5]</p>	<p>Pengaruh Pajak Dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015</p>	<p>Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i></p> <p>Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. Kepemilikan Asing (X2)</p>	<p>Secara simultan: Pajak dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap penerapan <i>transfer pricing</i>.</p> <p>Secara parsial: 1. Pajak berpengaruh positif terhadap penerapan <i>transfer pricing</i> 2. Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap penerapan <i>transfer pricing</i>.</p>

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Gresia Meriana Purwanto, James Tumewu (2018) [38]	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. <i>Tunneling Incentive (X2)</i> c. Mekanisme Bonus (X3)	Secara simultan: Pajak, <i>tunneling incentive</i> , dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . 2. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
Gusti Ayu Rai Surya Saraswati, I Ketut Sujana (2017) [7]	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. Mekanisme Bonus (X2) c. <i>Tunneling Incentive (X3)</i>	Secara simultan: Pajak, mekanisme bonus dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . 2. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> .
Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018) [8]	Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Dan <i>Leverage</i> , Dan <i>Multinationality</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Mekanisme Bonus (X1) b. Ukuran Perusahaan (X2) c. <i>Leverage (X3)</i> d. <i>Multinationality (X4)</i>	Secara simultan: Mekanisme bonus, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan <i>multinationality</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: Mekanisme bonus, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan <i>multinationality</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
Muhammad Rheza Ramadhan, Nur Aisyah Kustiani (2017) [37]	Faktor-Faktor Penentu Agresivitas <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Ukuran Perusahaan (X1) b. Profitabilitas (X2) c. <i>Leverage (X3)</i> d. <i>Intangible Asset (X4)</i> e. Multinasionalitas (X5) f. Pemanfaatan <i>Tax Haven</i>	Secara simultan: Multinasionalitas, Pemanfaatan <i>Tax haven country</i> , ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>intangible asset</i> , keberadaan kompensasi kerugian dan selisih kompensasi kerugian berpengaruh terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. Multinasionalitas, pemanfaatan <i>tax haven country</i> , kompensasi kerugian dan selisih kompensasi kerugian berpengaruh positif terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> . Variabel <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> . 2. Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> dan <i>intangible asset</i> tidak

Tabel 2.1 Sambungan

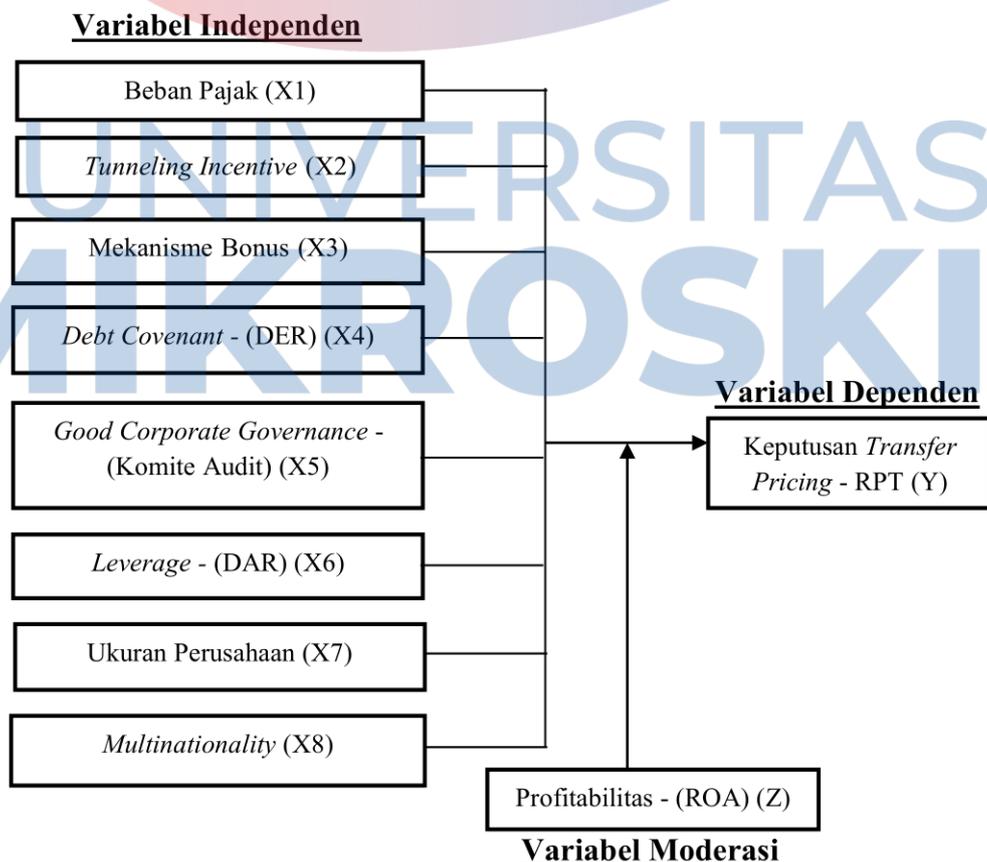
Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
		Country (X6) g. Keberadaan Kompensasi Kerugian (X7) h. Selisih Kompensasi Kerugian (X8) Variabel Kontrol: Sektor Industri (Z)	berpengaruh terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> .
Ratna Felix Nuradila, Raden Arief Wibowo (2018) [9]	<i>Tax Minimization</i> Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara <i>Tunneling Incentive, Bonus Mechanism</i> Dan <i>Debt Covenant</i> Dengan Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. <i>Tunneling Incentive (X1)</i> b. <i>Bonus Mechanism (X2)</i> c. <i>Debt Covenant (X3)</i> Variabel Moderasi: <i>Tax Minimization (Z)</i>	Secara simultan: <i>Tunneling incentive, debt covenant</i> dan <i>bonus mechanism</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . 2. <i>Bonus Mechanism</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> . Secara moderasi: 1. <i>Tax Minimization</i> memoderasi hubungan <i>Tunneling Incentive</i> dengan keputusan <i>Transfer Pricing</i> . 2. <i>Tax Minimization</i> tidak memoderasi hubungan <i>Bonus Mechanism</i> dengan keputusan <i>Transfer Pricing</i> . 3. <i>Tax Minimization</i> tidak memoderasi hubungan <i>Debt Covenant</i> dengan keputusan <i>Transfer Pricing</i> .
Ria Rosa, Rita Andini, Kharis Raharjo (2017) [6]	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> Dan <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> Terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i> (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. <i>Tunneling Incentive (X2)</i> c. Mekanisme Bonus (X3) d. <i>Debt Covenant (X4)</i> e. <i>Good Corporate Governance (X5)</i>	Secara simultan: Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Secara parsial: 1. Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
Thesa Refgja (2017) [13]	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i> Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. Mekanisme Bonus (X2)	Secara simultan: Pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. Pajak, kepemilikan asing dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
	<i>Pricing</i> (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014)	c. Ukuran Perusahaan (X3) d. Kepemilikan Asing (X4) e. <i>Tunneling Incentive</i> (X5)	positif terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. Mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
Zahrotun Nisa (2018) [12]	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2012-2016	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y) Variabel Independen: a. Pajak (X1) b. Mekanisme Bonus (X2) c. <i>Leverage</i> (X3)	Secara simultan: Pajak, mekanisme bonus dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial: 1. Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . 2. Mekanisme bonus dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian maka kerangka konseptual pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Beban Pajak terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya beban pajak, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Beban pajak dikenakan pada perusahaan atas laba yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk memperkecil pembayaran pajak dengan meningkatkan beban operasional perusahaan atau beban administrasi yang akan mengurangi laba kena pajak atau membukukan rugi pada laporan keuangan perusahaan sehingga perusahaan tidak perlu membayar pajak. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Beban Pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [5].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara beban pajak dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara beban pajak dengan keputusan transfer pricing akan semakin meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk memperkecil beban pajak. Keuntungan yang tinggi disertai dengan beban pajak yang tinggi sehingga perusahaan meminimalisir pembayaran pajak dengan *Transfer Pricing*.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1a} : Beban pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2a} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara beban pajak dengan keputusan *Transfer Pricing*

2.4.2 Pengaruh Tunneling Incentive terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *tunneling incentive*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Terjadinya *transfer pricing* dapat disebabkan oleh adanya struktur kepemilikan terkonsentrasi dimana pemegang saham mayoritas memiliki kendali di dalam manajemen perusahaan. Pemegang saham mayoritas memprioritaskan kepentingan sendiri di atas kepentingan pemegang saham minoritas atau pihak *stakeholders* lain dengan memindahkan aset atau laba perusahaan dari perusahaan ke pemegang saham mayoritas. Penelitian terdahulu

menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [7].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *tunneling incentive* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *tunneling incentive* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Peningkatan profitabilitas menghasilkan laba yang dapat dimanfaatkan oleh pemegang saham mayoritas untuk kepentingan mereka sendiri. Mereka akan memindahkan laba tersebut keluar perusahaan dengan pemegang saham minoritas sebagai penanggung biaya *tunneling*. Hal ini akan menyebabkan pemegang saham mayoritas melakukan *transfer pricing* untuk memperkaya diri.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

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

H_{2b}: Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Tunneling Incentive* dengan keputusan *Transfer Pricing*

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

Semakin meningkatnya mekanisme bonus, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Anggota direksi menginginkan imbalan tinggi dari target yang ditetapkan perusahaan. Semakin tinggi kinerja yang dihasilkan, semakin tinggi pula imbalan yang mereka peroleh, sehingga mereka memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* agar mampu melebihi target yang ditetapkan perusahaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara mekanisme bonus dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara mekanisme bonus dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Meningkatnya profitabilitas akan memperbesar imbalan yang diterima oleh anggota direksi atas kinerjanya dalam mencapai target perusahaan. Demi memperoleh bonus yang lebih besar, anggota direksi akan melakukan praktik *transfer pricing*.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1c} : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

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

2.4.4 Pengaruh Debt Covenant terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *debt covenant*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Selain sebagai modal, perusahaan juga memanfaatkan utang sebagai pengurang pajak. Biaya bunga yang timbul dari pinjaman perusahaan kepada pihak kreditur mengurangi laba perusahaan sehingga pajak yang dibayarkan perusahaan pun menjadi lebih kecil. Akan tetapi, ketika perusahaan tidak sanggup membayar pinjaman kepada kreditur, pihak kreditur tidak akan mempercayai perusahaan. Maka, perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk mengubah laba yang diperkirakan tinggi pada periode berikutnya ke periode berjalan sehingga kreditur percaya perusahaan dapat membayar pinjaman. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Debt Covenant* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [9].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *debt covenant* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *debt covenant* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan melindungi perusahaan dari pelanggaran terhadap kontrak utang yang telah disepakati oleh kreditur sehingga perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* untuk menghindarinya.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1d} : *Debt Covenant* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2d} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Debt covenant* dengan keputusan *Transfer Pricing*

2.4.5 Pengaruh Good Corporate Governance terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *good corporate governance*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. *Stakeholder* mempunyai peran

dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu stakeholder perusahaan adalah komite audit. Komite audit berperan mengawasi perusahaan dalam memenuhi prinsip *good corporate governance*. Namun, pengawasan komite audit tidak menjamin tidak terjadinya keputusan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan dengan tata kelola yang baik justru mempunyai peluang yang lebih besar daripada perusahaan lain dalam melakukan *transfer pricing*. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [6].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *good corporate governance* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *good corporate governance* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, kinerja perusahaan akan terlihat membaik sehingga nilai perusahaan akan meningkat. *Stakeholder* akan memanfaatkan *transfer pricing* untuk meningkatkan kinerjanya demi kepentingan mereka sendiri.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1e} : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2e} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan keputusan *Transfer Pricing*

2.4.6 Pengaruh Leverage terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *leverage*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. *Leverage* digunakan dalam mengukur seberapa besar aset yang dibiayai oleh utang. Dari utang tersebut muncul beban bunga yang dapat mengurangi pajak. Semakin tinggi hutang yang harus dibayar perusahaan, laba yang perusahaan butuhkan juga semakin tinggi karena pembayaran hutang sebagian menggunakan laba perusahaan. Perusahaan pun memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* agar mampu membayar utang. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *leverage* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Tingkat

profitabilitas yang tinggi menunjukkan tingkat pengembalian laba yang baik sehingga pihak kreditur akan mempercayai perusahaan sebagai peminjam. Perusahaan akan memanfaatkan biaya bunga dari pinjaman sebagai pengurang laba. Dengan melakukan praktik *transfer pricing*, perusahaan akan semakin mudah dalam melakukan pinjaman untuk kepentingan perusahaan.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1f} : *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2f} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* dengan keputusan *Transfer Pricing*

2.4.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya ukuran perusahaan, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Ukuran perusahaan dapat memicu terjadinya *transfer pricing* karena dengan kekayaan perusahaan yang tinggi perusahaan mempunyai lebih banyak peluang dalam melakukan *transfer pricing* dan penjualan yang tinggi juga mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi laba kena pajak. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara ukuran perusahaan dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan dapat memperbanyak aset perusahaan sehingga perusahaan memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* agar ukuran perusahaan dapat meningkat.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1g} : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2g} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara Ukuran perusahaan dengan keputusan *Transfer Pricing*

2.4.8 Pengaruh Multinationality terhadap keputusan Transfer Pricing dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkatnya *multinationality*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Perusahaan multinational memiliki cabang perusahaan di luar negeri. Mereka dapat mengurangi pajak yang mereka bayarkan dengan memindahkan laba perusahaan induk ke anak perusahaan dengan tarif pajak yang lebih rendah. Selain itu, perusahaan multinasional dapat menentukan sendiri harga jual atau harga beli terhadap anak perusahaan atau perusahaan terafiliasi dengan melakukan *transfer pricing*. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Multinationality* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [37].

Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *multinationality* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *multinationality* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan akan memperoleh lebih banyak laba yang dapat dipindahkan oleh induk perusahaan pada anak perusahaan yang berada di negara lain dengan tarif pajak yang lebih rendah sehingga perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memaksimalkan labanya.

Dari penjabaran di atas, hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

H_{1h} : *Multinationality* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

H_{2h} : Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Multinationality* dengan keputusan *Transfer Pricing*