

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Transfer Pricing*

Transfer Pricing (Penentuan Harga Transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak 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. Globalisasi telah memunculkan tumbuh dan berkembangnya perusahaan multinasional. Dalam perkembangannya, transaksi perdagangan internasional yang melibatkan perusahaan multinasional dalam satu grup berkembang semakin kompleks, yang tidak hanya melibatkan barang saja, tetapi juga modal, jasa, dan harta tak gerak. Pada akhirnya kompleksitas tersebut mengakibatkan kompleksitas dalam menganalisis dan memahami transaksi tersebut, termasuk untuk kepentingan pemajakan.

Lazimnya transaksi yang terjadi apabila melibatkan pihak-pihak yang independen satu dengan yang lain (tidak ada hubungan istimewa) harga yang terbentuk ditentukan oleh kekuatan pasar. Apabila transaksi tersebut melibatkan pihak-pihak yang ada hubungan istimewa (*associated enterprises*), maka dapat terjadi harga yang terbentuk menjadi tidak wajar, karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya. Namun demikian, otoritas pajak tidak dapat serta-merta menganggap bahwa transaksi yang melibatkan hubungan istimewa terdapat upaya untuk meminimalkan laba (penghindaran pajak), sebab dari sisi wajib pajak kadang perusahaan multinasional kesulitan dalam menentukan harga wajar karena ketidakadaan mekanisme pasar, atau karena adanya strategi bisnis tertentu yang berujung sulitnya menentukan harga pembanding. Dalam situasi seperti itu, menjadi penting kiranya untuk menetapkan harga transfer yang tepat, yang dapat diterima oleh semua pihak (termasuk otoritas pajak) apabila transaksi

melibatkan perusahaan dalam satu grup (*intra-group transaction*) yang dipengaruhi hubungan istimewa.

Pilihan perusahaan multinasional dalam mendirikan anak perusahaan disuatu negara dipengaruhi oleh pertimbangan efisiensi maupun strategi bisnis. Perusahaan multinasional mungkin lebih memilih mendirikan pabrik di negara yang upah buruhnya rendah atau di negara yang dekat dengan suplai bahan baku dengan tujuan untuk menekan biaya produksi, atau mengembangkan dan mematenkan harta tidak berwujud di negara yang memberikan perlindungan kekayaan intelektual. Demikian juga dengan pertimbangan efisiensi beban pajak, tidak dapat dipungkiri menjadi perhatian bagi perusahaan multinasional ketika melakukan investasi di suatu negara (Anang Mury Kurniawan, 2015; 1-3).

Hubungan istimewa merupakan kunci dilakukannya praktek *transfer pricing* dalam perpajakan. Hubungan istimewa dalam perpajakan ditandai dengan adanya hubungan antara dua atau lebih wajib pajak yang berada dibawah pemilikan atau penguasaan yang sama baik secara langsung maupun tidak langsung. *Transfer Pricing* dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan atau biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak lainnya, yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak-wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. *Transfer Pricing* dapat dilakukan dengan mengalihkan penghasilan atau biaya dengan tidak wajar. Kekurangwajaran sebagaimana tersebut diatas dapat terjadi pada (Anang Mury Kurniawan, 2015; 129-130) :

1. Harga penjualan.
2. Harga pembelian.
3. Alokasi biaya administrasi dan umum (*overhead cost*).
4. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*).
5. Pembayaran komisi, lisensi, *franchise*, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik, dan imbalan atas jasa lainnya.
6. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar.

7. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunyai substansi usaha (misalnya : *dummy company*, *letter box company* atau *re invoicing center*).

Bagi wajib pajak, metode *transfer pricing* diperlukan untuk menunjukkan bahwa harga transfer yang ditetapkan maupun transaksi yang dilakukan dengan afiliasi (ada hubungan istimewa) sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Bagi wajib pajak, pemilihan metode *transfer pricing* yang tepat diperlukan bagi wajib pajak dalam menyiapkan dokumentasi *transfer pricing* dan menyiapkan pembuktian yang memadai ketika berhadapan dengan otoritas pajak. Bagi otoritas pajak, metode *transfer pricing* diperlukan untuk menguji apakah harga transfer yang ditetapkan maupun transaksi yang dilakukan dengan afiliasi sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. OECD Guidelines membagi metode *transfer pricing* ke dalam lima metode yang dikelompokkan dalam dua kategori yaitu metode tradisional (*traditional transaction methods/standard method*) dan metode laba transaksi (*transactional profit methods*). Termasuk dalam kategori metode tradisional (*traditional transaction methods/standard methods*), yaitu (Anang Mury Kurniawan, 2015; 27-28) :

- a. *Comporable Uncontrolled Price Method/CUP* (Metode perbandingan harga antara pihak yang independen).
- b. *Resale Price Method/RPM* (metode harga penjualan kembali).
- c. *Cost Plus Method/CPM* (metode biaya-plus).

Adapun yang termasuk dalam kategori metode laba transaksi (*transactional profit methods*), yaitu :

- a. *Profit Split Method/PSM* (metode pembagian laba).
- b. *Transactional Net Margin Method/TNM* (metode laba bersih transaksional).

Dalam ketentuan perpajakan di Indonesia, apabila suatu transaksi 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 Pajak Penghasilan sebagai instrumen untuk mencegah praktik penghindaran pajak. Prinsip kewajaran (*arm's length principle*) adalah sebuah prinsip yang mengatur bahwa dalam hal kondisi transaksi afiliasi (ada

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

2.1.2. Pajak

Hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan 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 antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir (Anang Mury Kurniawan, 2015; 17).

Pemeriksaan pajak adalah serangkaian kegiatan menghimpun dan mengolah data, keterangan, dan atau bukti yang dilaksanakan secara objektif dan profesional berdasarkan suatu standar pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dan atau untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Anang Mury Kurniawan, 2015; 144).

Salah satu tujuan pemeriksaan adalah untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan. Pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dapat dilakukan dengan pemeriksaan kantor ataupun pemeriksaan lapangan. Pemeriksaan kantor adalah pemeriksaan yang dilakukan di kantor Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Dalam pemeriksaan kantor, wajib pajak diminta untuk datang ke kantor Direktorat Jenderal Pajak dengan membawa buku/data/catatan/bukti yang diperlukan dalam pemeriksaan. Pemeriksaan lapangan adalah pemeriksaan yang dilakukan di tempat kedudukan, tempat kegiatan usaha atau pekerjaan bebas, tempat tinggal wajib

pajak, atau tempat lain yang ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Dalam pemeriksaan lapangan, pemeriksa pajak akan mendatangi lokasi wajib pajak untuk melakukan pemeriksaan. Apabila dalam pemeriksaan kantor ditemukan indikasi transaksi yang terkait dengan *transfer pricing* dan atau transaksi khusus lain yang berindikasi adanya rekayasa transaksi keuangan, pelaksanaan pemeriksaan kantor diubah menjadi pemeriksaan lapangan (Anang Mury Kurniawan, 2015; 144-145).

Pada penelitian ini pajak diukur dengan menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) yaitu :

$$ETR = \frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

(sumber : www.investopedia.com/university/ratios/profitability-indicator/ratio2.asp)

Dimana :

1. ETR : Effective Tax Rate
2. *Income Tax Expense* : Beban pajak penghasilan
3. *Pretax Income* : Laba sebelum pajak

2.1.3. Tunneling Incentive

Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut (Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, 2006; 26).

Suatu potensi masalah keagenan (*agency problem*) terjadi ketika manajer dari sebuah perusahaan memiliki kepemilikan saham biasa kurang dari 100% di perusahaan tersebut. Jika perusahaan tersebut adalah suatu kepemilikan perseorangan yang dikelola oleh pemiliknya manajer-pemilik diasumsikan akan mengoperasikannya sehingga akan memaksimalkan kekayaannya sendiri, dengan kekayaan yang diukur dalam bentuk peningkatan kekayaan pribadi, waktu senggang yang lebih banyak, atau penghasilan tambahan.

Akan tetapi, jika manajer-pemilik menjual sebagian sahamnya kepada pihak luar (sehingga perusahaannya tidak lagi dimilikinya sendiri), sebuah potensi konflik kepentingan langsung akan terjadi. Kini manajer-pemilik tadi mungkin memutuskan untuk menjalani gaya hidup yang lebih santai dan tidak bekerja sekeras dulu untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham, karena hanya sebagian dari keuntungan ini yang akan dibayarkan kepadanya. Selain itu, manajer-pemilik tadi mungkin memutuskan untuk mengonsumsi lebih banyak penghasilan tambahan karena sebagian dari biaya tersebut akan ditanggung oleh pemegang saham dari luar. Intinya, adanya fakta bahwa manajer-pemilik tidak akan mendapatkan seluruh keuntungan dari kekayaan yang diciptakan dari usahanya ataupun menanggung seluruh penghasilan tambahan akan meningkatkan insentif baginya untuk mengambil tindakan-tindakan yang bukan menjadi kepentingan utama dari pemegang saham yang lain (Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, 2006; 26).

Di kebanyakan perusahaan besar, potensi konflik keagenan adalah hal yang penting karena para manajer perusahaan besar biasanya hanya memiliki persentase dari perusahaan. Dalam situasi seperti ini, memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat berada di urutan kesekian dari sejumlah tujuan-tujuan manajerial lain yang menimbulkan konflik (Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, 2006; 26). Dalam penelitian ini rumus *tunneling incentive* adalah :

$$\text{Kepemilikan asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham asing}}{\text{Total saham yang beredar}} \times 100\%$$

(Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, 2006; 26)

2.1.4. Mekanisme Bonus

Pemberian bonus ikut dalam menentukan maju mundurnya sebuah usaha. Praktik selama ini, bonus diberikan sepanjang target tercapai. Pemberian bonus tidak wajib dilihat dari sisi perundangan. Bonus tidak lebih dari cara manajemen atau owner untuk memberi rangsangan kepada karyawan untuk bekerja lebih baik. Pada awal tahun, umumnya ditetapkan target yang harus dicapai dan bila target yang diberikan tercapai,

maka yang bersangkutan diberikan bonus. Bonus sendiri biasa diberikan pada akhir tahun atau setiap akhir semester (Ph Haryono, 2015; 343).

Tujuan dari pendekatan teori akuntansi positif adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktek akuntansi. Salah satu contoh dalam penggunaan teori positif adalah hipotesa mengenai program pemberian bonus. Hipotesa ini menunjukkan bahwa manajemen yang remunerasinya didasarkan pada bonus, akan berusaha memaksimalkan bonusnya melalui penggunaan metode akuntansi yang dapat menaikkan laba dan pada akhirnya memperbesar bonus. Teori ini dapat menjelaskan atau memprediksi perilaku manajemen dalam hal program pemberian bonus (Hery, 2013; 91).

Bonus Plan Hypothesis yang menyatakan bahwa bonus atau kompensasi manajerial akan cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang akan membuat laba yang dilaporkannya menjadi lebih tinggi. Konsep ini membahas bahwa bonus yang dijanjikan pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial. Agar selalu bisa mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus, manajer mempermainkan besar kecilnya angka-angka akuntansi dalam laporan keuangan sehingga bonus itu selalu didapatnya setiap tahun. Hal inilah yang mengakibatkan pemilik mengalami kerugian ganda, yaitu memperoleh informasi palsu dan mengeluarkan sejumlah bonus untuk sesuatu yang tidak semestinya (Sri Sulistyanto, 2008; 63).

2.1.5. Ukuran Perusahaan

Terdapat banyak model bentuk usaha yang bisa digunakan untuk beroperasi di luar negeri mulai dari perusahaan kecil perorangan yang sangat sederhana hingga perusahaan besar dan rumit. Perusahaan-perusahaan itu bisa digunakan untuk beroperasi di luar negeri (Sobarsa Kosasih, 2009; 21).

Secara garis besar, kegiatan operasi itu bisa diwujudkan dalam bentuk usaha sebagai berikut (Sobarsa Kosasih, 2009; 22) :

1. Perusahaan perorangan (*propritotrship*)
2. Perusahaan persekutuan (*partnership*)

3. Korporasi (*corporation*)
4. Perusahaan patungan (*Joint venture*)
5. *Holding company*
6. *Business trust*
7. *Multinational corporation*

Semua bentuk organisasi usaha seperti itu bisa digunakan untuk beroperasi di luar negeri, dan tentunya disesuaikan dengan kebutuhan organisasi itu sendiri, untuk tujuan apa operasi di luar negeri ini dilakukan, apakah untuk memasarkan produk mendapatkan bahan mentah, atau mendapatkan teknologi yang diinginkan (Sobarsa Kosasih, 2009; 22).

Kegiatan operasi di luar negeri bisa dilakukan bukan saja oleh perusahaan besar, tapi bisa juga perusahaan kecil. Suatu perusahaan dikategorikan besar atau kecil dinilai dari (Sobarsa Kosasih, 2009; 22-23) :

1. Jumlah pekerjanya

Kategori kecil bila tenaga kerjanya < 100 orang

Kategori menengah bila tenaga kerjanya 100 – 1500 orang

Kategori besar bila tenaga kerjanya > 1500 orang

2. Teknologinya

Teknologi berkaitan dengan modal yang dimiliki perusahaan. Teknologi yang tinggi memperlihatkan modal yang besar sehingga sering disebut sebagai *capital intensive*. Dilain sisi, teknologi yang sederhana bisa memperlihatkan perusahaan kecil, tapi bisa juga sebagai perusahaan besar bila tenaga kerjanya banyak. Perusahaan yang seperti ini disebut *labor intensive*.

3. Omzet penjualan

Omzet dan luasnya daerah penjualan akan menentukan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan kecil biasanya pemasarannya hanya lokal, sedangkan perusahaan besar biasanya meliputi *export import*.

Semua itu hanya merupakan patokan penilaian ukuran besar perusahaan, ukuran yang pasti tidak jelas. Di Indonesia jumlah tenaga kerja 1000 orang bisa dikatakan perusahaan besar, sedangkan di AS jumlah sebesar itu masih tergolong kecil.

Pada penelitian ini rumus yang digunakan adalah (Sobarsa Kosasih, 2009; 22-23):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aset}$$

Dimana :

Ln = Logaritma natural

2.2. Review Peneliti Terdahulu (*Theoretical Mapping*)

Dalam penelitian saat ini akan dirincikan beberapa penelitian terdahulu secara ringkas sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk digunakan pada penelitian saat ini. Berikut beberapa ringkasan dari penelitian terdahulu adalah :

1. Nancy Kiswanto dan Anna Purwaningsih (2014) meneliti dengan judul “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013”. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan *transfer pricing* sedangkan variabel independen yang digunakan adalah pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan. Hasil pengujian menyatakan bahwa pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* secara parsial sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing* secara parsial.
2. Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma (2012) meneliti dengan judul “Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia”. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan *transfer pricing* sedangkan variabel independen yang digunakan adalah pajak dan *tunneling incentive*. Hasil pengujian menyatakan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing* secara parsial.
3. Winda Hartati, Desmiyawati dan Nur Azlina (2012) meneliti dengan judul “Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*”. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan *transfer pricing* sedangkan variabel independen yang digunakan adalah pajak dan mekanisme

bonus. Hasil pengujian yang menyatakan bahwa Pajak dan Mekanisme Bonus berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing* secara parsial.

Berdasarkan uraian diatas dapat kita lihat dalam tabel berikut :

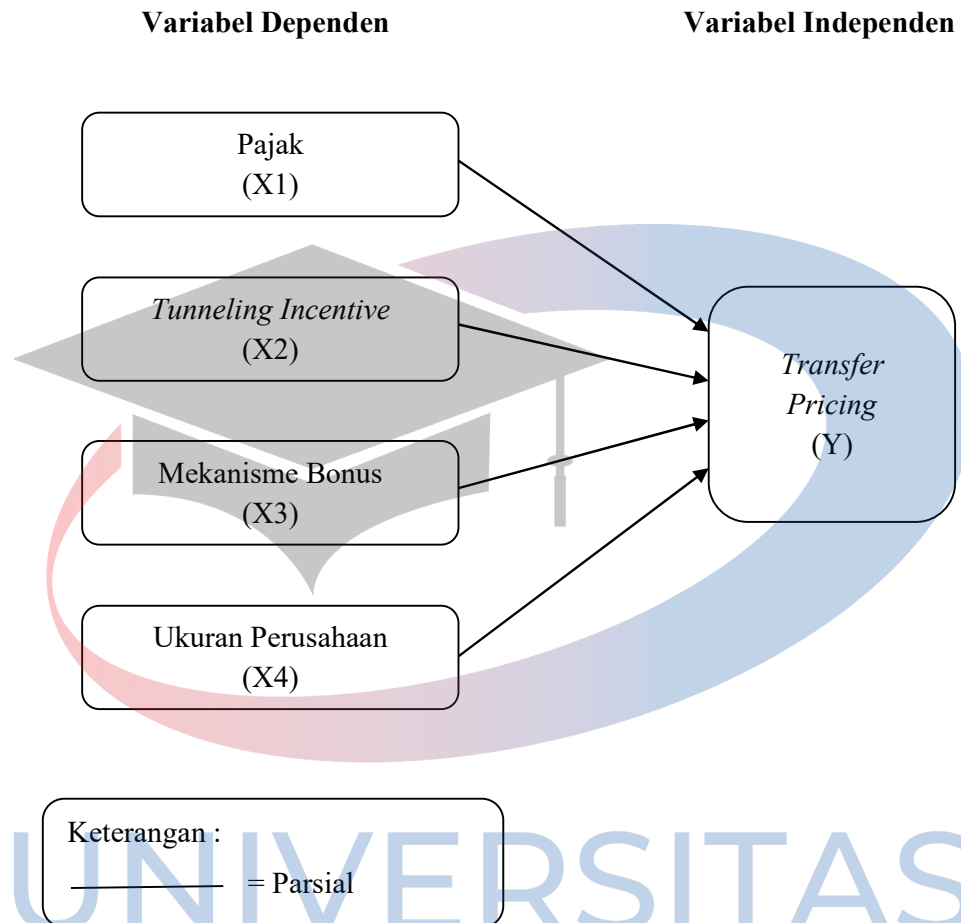
Tabel 2.1.
Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil yang diperoleh
Nancy Kiswanto dan Anna Purwaningsih	2014	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013	- Variabel Dependen: Keputusan <i>Transfer Pricing</i> - Variabel Independen: Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan	1. Pajak dan Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> secara parsial 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i> secara parsial
Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma	2012	Pengaruh Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia	- Variabel Dependen: Keputusan <i>Transfer pricing</i> - Variabel Independen: Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i>	1. Pajak berpengaruh positif pada keputusan <i>Transfer Pricing</i> secara parsial 2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap

Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil yang diperoleh
				keputusan <i>Transfer Pricing</i> secara parsial
Winda Hartati, Desmiyawati dan Nur Azlina	2014	Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing	- Variabel Dependen: Keputusan <i>Transfer Pricing</i> - Variabel Independen: Pajak dan Mekanisme Bonus	1. Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> secara parsial 2. Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> secara parsial

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pajak umumnya menjadi sumber utama pembiayaan suatu negara. Negara-negara seperti Amerika Serikat, Perancis, dan Jepang mengenakan tarif pajak yang cukup tinggi. Namun, ada beberapa negara yang mengenakan pajak dengan tarif yang sangat rendah, bahkan tidak mengenakan pajak sama sekali, contohnya Bahama, Bermuda, dan Cayman Island.

Perbedaan tarif pajak antar negara menimbulkan pilihan negara tujuan pemajakan. Dari sisi tujuan untuk melakukan penghematan pajak, perusahaan multinasional cenderung menggeser penghasilan dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, sebaliknya memindahkan biaya dari negara yang tarif pajaknya rendah ke negara yang tarif pajaknya lebih tinggi (Anang Mury Kurniawan, 2015; 4).

H1 : Pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

2.4.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling* dapat berupa transfer aset ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen (Mutamimah, 2008).

Pemegang saham mayoritas memiliki hak yang lebih besar daripada pemegang saham minoritas sehingga pemegang saham mayoritas memiliki kekuatan untuk mengendalikan perusahaan. Pemegang saham mayoritas dapat melakukan praktek *transfer pricing* terhadap pihak berelasi baik di luar negeri maupun di dalam negeri untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan saham yang besar pada suatu perusahaan dapat mengendalikan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

H2 : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

2.4.3. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Tujuan dari pendekatan teori akuntansi positif adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktek akuntansi. Salah satu contoh dalam penggunaan teori positif adalah hipotesa mengenai program pemberian bonus. Hipotesa ini menunjukkan bahwa manajemen yang remunerasinya didasarkan pada bonus, akan berusaha memaksimalkan bonusnya melalui penggunaan metode akuntansi yang dapat menaikkan laba dan pada akhirnya memperbesar bonus. Teori ini akan dapat menjelaskan atau memprediksi perilaku manajemen dalam hal program pemberian bonus. (Hery, 2013; 91).

H3 : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*

2.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi dan untuk sejumlah alasan berbeda. Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan memperoleh dana dari perusahaan modal. Perusahaan kecil biasanya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir baik obligasi maupun saham. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk utang termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibanding yang ditawarkan perusahaan kecil. Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan pengembalian membuat perusahaan yang lebih besar akan memperoleh lebih banyak laba (Agnes Sawir, 2004; 101).

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*