

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Transfer Pricing*

Transfer pricing merupakan praktik penetapan harga untuk transaksi antara entitas terkait dalam satu grup perusahaan, terutama ketika entitas tersebut berada di negara yang berbeda. Hal ini menjadi krusial bagi perusahaan multinasional dikarenakan berkaitan langsung dengan upaya dalam meminimalkan kewajiban pajak dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi perpajakan internasional (Saga, 2024).

Sekitar 60% dari perdagangan internasional melibatkan transaksi antar perusahaan, yang menunjukkan bahwa *transfer pricing* merupakan isu yang penting di dalam konteks perpajakan global (OECD Guidelines, 2022). Salah satu strategi yang umum digunakan adalah penetapan harga rendah untuk barang yang dijual dari negara dengan pajak yang tinggi ke negara dengan pajak rendah. Dengan cara ini, laba yang tadinya seharusnya dikenakan pajak di negara asal dapat dialihkan ke negara tujuan yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2020) menunjukkan bahwa lebih dari 30% penghindaran pajak yang terjadi di Indonesia disebabkan oleh praktik *transfer pricing* yang tidak sesuai dengan prinsip kewajaran. Hal ini, menunjukkan diperlukannya pengawasan yang lebih ketat terhadap transaksi antar perusahaan yang terafiliasi (Saga, 2024).

Praktik *transfer pricing* bisa dianggap sah dengan perusahaan diharapkan untuk dapat memenuhi kepatuhan pajak dengan menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha atau *Arm's Length Principle*. Prinsip ini mensyaratkan bahwa hubungan istimewa harus dilakukan secara bersamaan dengan rentang harga maupun laba dalam transaksi yang dilakukan terutama bagi pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa (independen) dalam kondisi yang sebanding. (Saga, 2024)

Adapun praktik *transfer pricing* yang sesuai dengan prinsip kewajaran harus dilakukan melalui lima metode penentuan harga yang diakui secara internasional, yaitu sebagai berikut (Tampubolon & Farizi, 2018):

1. Metode perbandingan harga antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (*Comparable Uncontrolled Price Method*) adalah metode membandingkan harga transaksi afiliasi dengan harga transaksi independen.
2. Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method*) adalah metode yang harga dari distributor (*reseller*) kepada pelanggan dengan mengurangi harga penjualan kembali dengan margin yang wajar.
3. Metode biaya plus (*Cost Plus Method*) adalah metode yang digunakan dengan menambahkan laba kotor yang wajar di atas biaya produksi.
4. Metode pembagian laba (*Profit Split Method*) adalah metode yang digunakan dengan cara membagi laba gabungan berdasarkan kontribusi masing-masing pihak.
5. Metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin Method*) adalah metode yang digunakan untuk membandingkan persentase laba bersih terhadap basis tertentu seperti biaya, penjualan, ataupun aset.

Penerapan prinsip ini bertujuan untuk menciptakan perlakuan pajak yang adil terutama bagi perusahaan multinasional dan mencegah terjadinya penggerusan basis pemajakan suatu negara yang mengakibatkan penetapan harga transfer yang tidak wajar. Dalam konteks ini, perusahaan *non-cyclicals*, prinsip kewajaran biasanya diterapkan ada transaksi bahan baku atau distribusi produk ke ritel terafiliasi guna memastikan margin keuntungan yang dilaporkan yang mencerminkan kondisi pasar sebenarnya. (Saga, 2024)

Indikator yang digunakan adalah *Related Party Transaction* dapat dihitung dengan membandingkan piutang pihak berelasi dengan total piutang. *Related Party Transaction* adalah transaksi yang terjadi antara suatu perusahaan dengan pihak yang memiliki hubungan khusus dengan perusahaan tersebut, sehingga hubungan itu berpotensi memengaruhi keputusan atau harga transaksi. Pada awalnya, penerapan *transfer pricing* murni ditujukan sebagai instrumen evaluasi performa kerja antar divisi internal. Seiring berjalannya waktu, fungsi praktik ini bergeser menjadi sarana manajemen pajak yang bertujuan meminimalkan kewajiban pajak yang semestinya disetorkan oleh perusahaan (Hasibuan & Purba, 2022):

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total piutang}} \quad (2.1)$$

2.1.2. Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa kepada negara berdasarkan Undang-Undang, dimana tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat (Jalil, et al., 2024)

Terdapat 2 fungsi pajak sebagai berikut (Jalil, et al., 2024):

1. Fungsi budgetair adalah fungsi pajak yang seluruh uang masuk kas akan digunakan sebanyaknya untuk pengeluaran negara.
2. Fungsi regulierend adalah sebagai alat pengatur masyarakat dan dunia usaha dalam sarana perekonomian untuk mendorong dan mengendalikan kegiatan masyarakat agar sesuai dengan rencana pemerintah.

Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai berbagai pengeluaran, baik untuk kebutuhan rutin maupun pembangunan. Di sisi lain, bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai beban karena dapat mengurangi laba bersih. Sebagian besar keputusan bisnis dipengaruhi oleh pajak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keputusan yang tepat terkait pajak dapat menghasilkan keputusan bisnis yang baik, begitu pula sebaliknya (Suandy, 2017).

Tarif pajak digunakan untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar. Tarif pajak juga merupakan salah satu unsur yang menentukan rasa keadilan dalam pemungutan pajak. Besarnya tarif pajak dapat dinyatakan dalam persentase. Tarif pajak terdiri dari 4 macam, yaitu sebagai berikut (Jalil, et al., 2024):

1. Tarif sebanding (Proposional) merupakan tarif dengan persentase tetap. Berapapun jumlah yang menjadi dasar pengenaan pajak, dan pajak yang harus dibayar selalu akan berubah secara proposional sesuai dengan jumlah yang akan dikenakan. Misalnya tarif pajak pertambahan nilai sebesar 10%.
2. Tarif tetap adalah tarif dengan jumlah yang tetap terhadap berapapun jumlah yang dikenakan pajak sehingga besarnya pajak yang terutang tetap. Misalnya tarif bea materai sebesar Rp.10.000,- untuk cek dan bilyet giro dengan nilai nominal berapapun.
3. Tarif progresif adalah tarif yang persentasenya akan meningkat jika nilai yang dijadikan dasar pajak semakin meningkat. Misalnya adalah tarif progresif

yang diterapkan untuk pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi dalam negeri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan kenaikan persentase, tarif progresif dibedakan menjadi tarif progresif dengan kenaikan persentase semakin besar, tarif progresif dengan kenaikan persentase tetap, dan tarif progresif dengan kenaikan persentase semakin kecil.

4. Tarif regresif adalah tarif dengan persentase yang semakin menurun bila jumlah yang dikenakan pajak semakin besar.

Upaya untuk mengurangi beban pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari yang mengikuti aturan hingga yang melanggarnya. Dimana usaha untuk mengurangi beban pajak dikenal sebagai perencanaan pajak. Dalam praktiknya, terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah. Wajib pajak cenderung ingin membayar pajak sekecil mungkin karena dapat mengurangi kemampuan ekonominya. Sebaliknya, pemerintah membutuhkan dana yang sebagian besar berasal dari pajak untuk menjalankan kegiatan pemerintahan (Suandy, 2017).

Adapun indikator yang dilakukan dalam mengukur pajak adalah *Effective Tax Rate* merupakan ukuran efektivitas perusahaan dalam mengelola beban pajak yang harus dibayarkan, yaitu dengan membandingkan beban pajak terhadap laba sebelum pajak. Perusahaan dinilai memiliki kinerja yang baik apabila nilai *Effective Tax Rate* rendah, karena hal tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola pajaknya secara efisien (Siregar S. A., 2024).

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

2.1.3. Mekanisme Bonus

Bonus merupakan suatu imbalan yang diberikan oleh perusahaan dalam memotivasi karyawan/anggota organisasi terhadap kinerja kerjanya, dan tidak tetap sewaktu waktu. Pemberian bonus dapat meliputi pemerataan yang diberikan kepada semua pegawai anggota dalam sebuah organisasi tanpa membedakan satu dengan lain maupun berdasarkan prestasi yang diberikan pada pekerja yang memiliki kinerja kerja yang tinggi (Hambali, 2022).

Beberapa organisasi memberikan bonus kepada karyawan/anggota dalam suatu organisasi apabila adanya pencapaian target yang ditentukan dalam angka

akuntansi. Beberapa organisasi memiliki serangkaian kebijakan dan prosedur yang dilakukan dan diharapkan agar dapat diikuti oleh karyawan. Sebuah tinjauan studi tentang penggunaan mekanisme bonus dalam memotivasi kinerja karyawan ditemukan bahwa rata-rata mendapatkan bonus atas kinerja kerjanya sekitar 22% berasal dari penggunaan program berbasis pemberian bonus. Perusahaan bertujuan untuk mengejar dan mempromosikan inovasi. Oleh karena itu, ditemukan banyaknya perusahaan menawarkan bonus kepada karyawan dalam mengembangkan ide-ide yang dapat dipatenkan. Mekanisme bonus cenderung memberikan hasil alam peningkatan jumlah paten yang diajukan (Merchant & Stede, 2017)

Dalam menerapkan mekanisme bonus, sebuah perusahaan harus memiliki rasa khawatir dalam penerapan ini dikarenakan adanya kemungkinan yang dapat mengarah pada hasil yang tidak diinginkan. Hal ini dikarenakan banyaknya konsekuensi yang dapat menghancurkan kinerja perusahaan, salah satunya mendorong hasil yang memaksimalkan pembayaran insentif dalam jangka pendek yang dapat membahayakan kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang. Apabila sistem bonus yang dirancang dengan buruk dapat mendorong karyawan dalam menghasilkan hasil yang salah dengan jalur yang salah. Oleh karena itu, sistem mekanisme bonus yang salah dapat menghancurkan suatu perusahaan (Merchant & Stede, 2017).

Bonus mekanisme diukur dengan menggunakan indeks dengan menggunakan Indeks Tren Laba Bersih. Analisis tren merupakan analisis laporan keuangan yang dihitung dalam presentase tertentu. Data keuangan yang digunakan guna menadakan analisis dan presentase data yang paling awal (tahun berjalan). Kemudian, data tersebut dibandingkan dengan data sebelumnya. Hal ini dinyatakan bahwa data yang awal dianggap sebagai perhitungan awal pada tahun dasar (Kasmir, 2019)

Data awal tahun yang akan dianalisis dianggap sebagai data normal diantara tahun-tahun yang akan dianalisa. Angka indeks yang digunakan untuk tiap pos tahun dasar dalam laporan keuangan diberi angka 100%. Kemudian, dalam pos yang sama pada periode tersebut dihubungkan dengan pos yang sama pada tahun berikutnya dengan cara membagikan jumlah pos yang sama pada tahun yang akan dianalisa dengan pos yang sama pada tahun dasar (Kasmir, 2019).

Indikator dalam menghitung mekanisme bonus adalah Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) yang merupakan angka perubahan laba bersih perusahaan dari waktu ke waktu dengan memakai satu tahun dasar yang nilainya ditetapkan 100%. Dengan indeks ini, kita bisa melihat apakah laba bersih perusahaan cenderung meningkat, menurun, atau stabil dari periode ke periode. Adapun perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2019):

$$\text{Mekanisme Bonus} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Tahun } t-1} \quad (2.3)$$

2.1.4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya. Perusahaan merupakan suatu organisasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual barang ataupun jasa kepada para pelanggan dengan tujuan operasional dari sebagai besar perusahaan dalam memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam hal ini, manajemen dituntut dapat meningkatkan imbalan hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan sekaligus meningkatkan kesejahteraan karyawan. Hal ini, dapat terjadi apabila suatu perusahaan memperoleh laba dalam aktivitas bisnis (Thian, 2021).

Tujuan utama perusahaan dalam mencapai laba dan keuntungan yang maksimal dengan mengesampingkan hal lain. Dikarenakan profitabilitas merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan dalam mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan dengan melakukan perbandingan beberapa komponen yang tercatat dalam laporan keuangan, terutama pada laporan keuangan neraca maupun laporan laba rugi. Pengukuran ini dapat dilakukan dalam beberapa periode operasi tertentu. Hasil pengukuran ini dapat dijadikan sebagai alat utama dalam mengevaluasi kinerja manajemen dalam menilai keefektifan suatu perusahaan (Kasmir, 2019).

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar utama dalam melakukan penilaian kondisi suatu perusahaan, sebagai alat analisis dalam melakukan penilaian. Rasio profitabilitas diukur berdasarkan efektifitas suatu manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas juga

memiliki arti yang penting dalam suatu perusahaan guna mempertahankan kelangsungan hidup dalam jangka panjang, dikarenakan profitabilitas menunjukkan prospek suatu perusahaan yang baik di masa mendatang,. Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya dikarenakan, tingkat profitabilitas yang tinggi keberlangsungan suatu perusahaan akan lebih terjamin (Darmawan, 2020).

Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan bagi pihak di luar perusahaan. Dalam raktiknya, banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas baik bagi pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang memiliki kaitan dengan perusahaan. Berikut merupakan tujuan dan manfaat profitabilitas secara keseluruhan (Hery, 2021) :

1. Mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu
2. Menilai posisi laba suatu perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun berjalan
3. Menilai perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu
4. Mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset
5. Mengukur jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas
6. Mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih
7. Mengukur margin laba perusahaan atas penjualan bersih
8. Mengukur margin laba perusahaan atas penjualan laba bersih

Return on assets menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai return on asset, maka semakin efisien penggunaan aktiva suatu perusahaan ataupun dapat diartikan dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya. Apabila semakin rendah hasil pengembalian atas aset maka semakin rendah jumlah laba bersih yang dihasilkan dalam setiap rupiah dana yang tertanam (Siregar E. , 2021)

Return on Assets merupakan rasio yang menunjukkan sebesapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan dalam mengukur

seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dalam setiap nilai rupiah dana yang tertanam di dalam aset. Semakin tinggi return on assets maka semakin tinggi jumlah laba bersih yang dihasilkan dan sebaliknya, semakin rendah nilai return on assets yang dihasilkan dalam setiap nilai rupiah dana yang tertanam di dalam aset, maka semakin rendah nilai jumlah laba bersih yang dihasilkan. Adapun perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut (Thian, 2021)

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \quad (2.4)$$

2.1.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan mencerminkan variasi resiko antara usaha besar dan usaha kecil. Ukuran ini dapat dinilai melalui total aset, total pendapatan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aset. Secara umum, perusahaan dibedakan dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar, menengah, dan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin maju teknologi dan sistem yang diterapkan serta semakin mudah manajemen dalam mengelola aset perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja perusahaan. Ukuran yang lebih besar pada suatu perusahaan juga menunjukkan kapasitas produksi yang lebih tinggi dan juga yang berkontribusi pada peningkatan profitabilitas (Wati, 2019).

Di dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM didasarkan pada kriteria yang meliputi nilai kekayaan bersih atau aset yang tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, serta total penjualan dalam satu tahun. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut (Effendi & Ulhaq, 2021) :

1. Usaha mikro merupakan jenis usaha yang memiliki maksimum aset sebesar Rp.50 juta diluar tanah dan bangunan usaha, serta total penjualan tahunan tidak lebih dari Rp.300 juta.
2. Usaha kecil adalah jenis usaha yang asetnya berkisar antara lebih dari Rp.50 juta hingga maksimal Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dengan penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimal Rp. 2,5 miliar.

3. Usaha menengah adalah usaha yang memiliki aset lebih dari Rp. 500 juta sampai dengan total maksimum Rp. 10 miliar, dengan penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar hingga batas maksimum Rp. 50 miliar.
4. Usaha besar terdiri dari unit usaha yang memiliki aset di atas Rp. 10 miliar, serta penjualan tahunan yang melebihi Rp. 50 miliar.

Ukuran suatu perusahaan seringkali menjadi pertanda kemampuan untuk mengakses sumber daya keuangan dimana perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki aset, pendapatan dan kemampuan untuk menahan risiko yang lebih banyak, sehingga mereka lebih mudah memperoleh pendanaan dari luar. Perusahaan besar cenderung lebih terdiverifikasi, yang membantu mengurangi risiko operasional dan memudahkan mereka untuk menangani beban utang dalam strukturnya. Selain itu, kebutuhan pembiayaan yang lebih tinggi untuk pengembangan atau operasional yang rumit sering kali mendorong penggunaan utang yang lebih besar. Ukuran perusahaan juga dapat diukur melalui total penjualan, total aset, dan rata-rata tingkat penjualan, dimana semakin besar suatu perusahaan, semakin tinggipula biaya operasional dan kebutuhan modalnya. Ini menyebabkan perusahaan besar cenderung memiliki tingkat *leverage* dan struktur modal dengan proporsi utang yang lebih signifikan dibandingkan dengan perusahaan kecil (Syafil, Fahmi, & Banjarmasin, 2021).

Perusahaan besar cenderung memiliki peluang lebih besar dalam melakukan *transfer pricing* dikarenakan struktur yang perusahaan yang memiliki banyak perusahaan. Kompleksitas struktur pada perusahaan besar memungkinkan perusahaan dalam melakukan perbedaan regulasi antar wilayah guna melakukan perencanaan pajak yang agresif. Hal ini menjadi salah satu indikator ukuran perusahaan sebagai variabel yang dapat menetapkan harga *transfer pricing* (Zutter & Smart, 2019).

Skala ekonomi yang besar memudahkan perusahaan dalam mengatur alokasi biaya intra grup secara sistematis yang pada akhirnya, dapat mempengaruhi kebijakan penetapan harga transfer perusahaan. Ukuran perusahaan berkaitan dengan ketersediaan informasi. Perusahaan dengan skala besar diwajibkan dalam mengungkapkan laporan keuangan yang lebih transparan termasuk transaksi dengan pihak-pihak yang berelasi. Hal ini dilakukan guna meminimalisir praktik *transfer pricing* yang merugikan namun, banyak perusahaan yang menggunakan skema

transaksi afiliasi yang kompleks sebagai bagian dari strategi integrasi vertikal dalam mencapai efisiensi biaya produksi. Ukuran perusahaan dihitung menggunakan Logaritman Natural (Ln) dari total aset guna menyamakan skala dari total aset yang nilainya lebih besar dibandingkan variabel lainnya dalam model regresi Indikator dalam penelitian ini adalah (Effendi & Ulhaq, 2021):

$$Size = \ln (\text{Total Aset}) \quad (2.5)$$

2.1.6. Tunneling Incentive

Tunneling incentive merupakan sebuah perilaku atau motivasi dari pemegang saham pengendali untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan demi kepentingan pribadi mereka, namun beban atau kerugiannya ditanggung oleh pemegang saham minoritas. Fenomena ini biasanya terjadi pada perusahaan yang memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi, di mana pemegang saham mayoritas memiliki kendali penuh atas keputusan strategis perusahaan. Istilah "*tunneling*" sendiri menggambarkan adanya "terowongan" tersembunyi untuk mengeluarkan sumber daya perusahaan secara tidak sah atau tidak etis keluar dari entitas (Saga, 2024).

Pemegang saham pengendali melakukan transaksi afiliasi dengan menggunakan kebijakan harga transfer guna menggeser keuntungan dari perusahaan yang mereka miliki sebagian ke perusahaan yang mereka miliki sepenuhnya. Motivasi *tunneling* ini sangat bertentangan dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Berdasarkan perspektif teori keagenan (*Agency Theory*), konflik kepentingan tidak hanya terjadi antara manajer dan pemilik, tetapi juga antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Pemegang saham pengendali memiliki insentif untuk memaksimalkan kekayaan mereka sendiri melalui skema pengalihan aset, yang sering kali disamarkan melalui transaksi operasional rutin antar perusahaan dalam satu grup. (Saga, 2024).

Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik sehingga terjadinya konflik keagenan terutama antar pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Kepemilikan saham di Indonesia cenderung terkonsentrasi yang menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan minoritas (Hasibuan & Purba, 2022)

Munculnya masalah keagenan antar pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Hasibuan & Purba, 2022).

Tunneling incentive ada dalam 2 bentuk, yaitu sebagai berikut (Hasibuan & Purba, 2022):

1. Pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke pribadinya sendiri melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan penjualan aset, kontrak *transfer pricing*, kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lain sebagainya.
2. Pemegang saham pengendali dapat meningkatkan bagiannya atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutive atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham *non* pengendali.

Dalam *tunneling* praktik *transfer pricing*, anak perusahaan menjual inventaris kepadak induk perusahaan dengan harga jauh di bawah harga yang berlaku di pasar. Hal ini secara otomatis mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh anak perusahaan, sehingga menyebabkan laba yang dihasilkan menjadi lebih kecil dari seharusnya. Ataupun sebaliknya, jika induk perusahaan membeli dengan harga yang jauh lebih tinggi dari nilai wajar, maka beban biaya bahan baku tersebut akan sangat menguntungkan bagi induk perusahaan yang tidak lain adalah pemegang saham mayoritas atas anak perusahaan tersebut. Situasi ini tentu berbeda bagi pemegang saham minoritas yang akan dirugikan oleh praktik ini, dimana dividen menjadi menurun akibat kerugian yang dialami perusahaan akibat besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Wisanggeni & Suharli, 2017).

Semakin besar kepemilikan saham utama maka semakin besar pula kendali dan motivasi dalam melakukan tindakan pengambil alihan aset. Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Saga, 2024) :

$$\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah Saham Milik Pengendali}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \quad (2.6)$$

2.2. Review Peneliti Terdahulu

Adapun review dari beberapa peneliti terdahulu dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Sustinah Limarjani dan Khairun Ni'Mah melakukan penelitian pada tahun 2025 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023”. Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan pada penelitian ini adalah pajak, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 28 perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Hasil penelitian menyajikan adanya pengaruh signifikan secara simultan. Secara parsial, pajak penghasilan berpengaruh positif, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Limarjani & Ni'mah, 2025)
2. Rani Titi Rohmani dan Diana Airawaty melakukan penelitian pada tahun 2026 dengan judul “Analisis Pengaruh Beban Pajak, Profitabilitas, dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical Sub Sektor Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024”. Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah beban pajak, profitabilitas dan nilai tukar mata uang. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan 55 sampel perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical Sub Sektor Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Hasil penelitian ini menyajikan bahwa profitabilitas dan nilai tukar mata uang berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sedangkan, beban pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. (Rohmani & Airawaty, 2026)
3. Mohammad Ridwan, Annisa Diah Arofah, Anindya P.R.Z Putri dan Untung Prasetyo Ilham melakukan penelitian pada tahun 2023 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor

Industri Indonesia” variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah pajak, *exchange rate*, ukuran perusahaan mekanisme bonus, profitabilitas dan *leverage*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan 30 sampel Perusahaan Sektor Industri. Hasil penelitian ini menyajikan bahwa secara simultan pajak, *exchange rate*, ukuran perusahaan, mekanisme bonus, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan secara parsial, *exchange rate* tidak berpengaruh pada *transfer pricing*. (Ridwan, Arofah, Putri, & Ilham, 2023)

4. Pengwi, Rina Sulisyowati dan Trida melakukan penelitian pada tahun 2024 dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022”. Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan 80 sampel Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan secara simultan ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing* (Wi, Sulisyowati, & Trida, 2024)
5. Rosichan Anwar dan Prima Sadewa melakukan penelitian pada tahun 2025 dengan judul “Pengaruh *Tunneling Incentive*, Beban Pajak, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*.” Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah *tunneling incentive*., ukuran perusahaan dan beban pajak. Metode analisis penelitian ini adalah regresi data panel Penelitian ini menggunakan 80 sampel Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2025. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* sedangkan, beban pajak tidak berpengaruh. Namun, secara simultan *tunneling incentive*, beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Anwar & Sadewa, 2025)

6. Dede Marlina, Rida Prihatni dan Indah Muliasari melakukan penelitian pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*.” Variabel endogen yang digunakan adalah transfer pricing dan variabel eksogen yang digunakan adalah pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan. Metode analisis penelitian ini adalah regresi linear. Penelitian ini menggunakan 36 sampel perusahaan *Consumer Non-Cyclicals Industrial* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Hasil dari penelitian ini adalah pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Marlina, Prihatni, & Muliasari, 2022)
7. Gresia Meriana Purwanto dan James Tumewu melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Penelitian ini menggunakan 44 sampel perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012. Metode analisis penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Purwanto & Tumewu, 2018)
8. Indra Wijaya dan Anisa Amalia melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan *Good Corporate Governance* terhadap *transfer pricing*. Variabel endogen yang digunakan adalah *transfer pricing* dan variabel eksogen yang digunakan adalah pajak, *tunneling incentive* dan *good governance*. Penelitian ini menggunakan 25 sampel perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017. Metode analisis penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan, *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. (Wijaya & Amalia, 2020)

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Jurnal	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Sustinah Limarjani dan Khairun Ini'mah	Analisis Faktor yang Mempengaruhi <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Pajak b. <i>Leverage</i> c. Ukuran Perusahaan d. Profitabilitas	Secara simultan: Pajak, profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> Secara parsial: a. <i>Leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> b. Profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>
Rani Titi Rohmandi dan Diana Airwaty	Analisis Pengaruh Beban Pajak, Profitabilitas, dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals Sub Sektor Food & Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Beban Pajak b. Profitabilitas c. Nilai Tukar Mata Uang	Secara parsial: a. Profitabilitas dan nilai tukar mata uang berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> b. Beban Pajak berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> .
Mohammad Ridwan, Annisa Diah Arofah, Anindya P.R.Z Putri, dan Untung Prasetyo	Analisis Faktor yang Mempengaruhi <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sektor Industri Indonesia	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Pajak b. <i>Exchange Rate</i> c. Ukuran Perusahaan d. Mekanisme Bonus e. Profitabilitas f. <i>Leverage</i>	Secara Parsial: a. Pajak, ukuran perusahaan, mekanisme bonus, profitabilitas, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> b. <i>Exchange rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Secara simultan pajak, <i>exchange rate</i> , ukuran perusahaan, mekanisme bonus, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .

Lanjutan Tabel 2.1

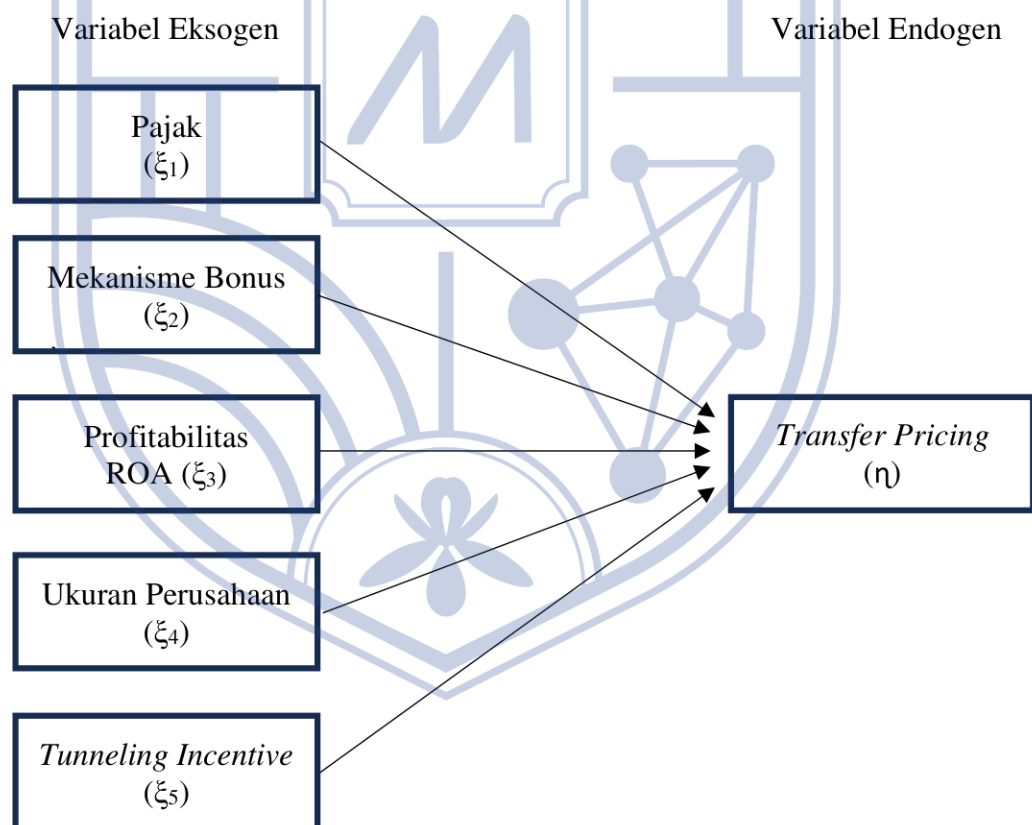
Nama Peneliti	Jurnal	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Pengwi, Rina Sulisyowati dan Trida	Faktor-Faktor yang <i>Non-Cylical</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020	Variabel Endogen; <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Ukuran Perusahaan b. <i>Leverage</i> c. Profitabilitas	Secara parsial: Ukuran perusahaan, leverage
Rosichan Anwar dan Prima Sadewa	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> , Beban Pajak dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. <i>Tunneling Incentive</i> b. <i>Beban pajak</i> c. Ukuran perusahaan	Secara parsial: <i>Tunneling incentive</i> , beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> Secara simultan: <i>Tunneling incentive</i> , beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>
Dede Marlina, Rida Prihatni dan Indah Muliasari	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Pajak b. Kepemilikan Asing c. Ukuran Perusahaan	Secara parsial: a. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> Ukuran perusahaan dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>
Gresia Meriana Purwanto dan James Tumewu	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i> c. Mekanisme Bonus	Secara parsial: a. Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> b. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>
Indra Wijaya dan Anisa Amalia	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap	Variabel Endogen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Eksogen: a. <i>Tunneling Incentive</i> b. Pajak	Secara parsial: a. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . b. <i>Good corporate governance</i> berpengaruh

Lanjutan Tabel 2.1

Nama Peneliti	Jurnal	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
	<i>Transfer Pricing</i>	c. <i>Good Corporate Governance</i>	negatif terhadap transfer pricing
		d. <i>pricing Tunneling incentive</i>	tidak berpengaruh terhadap transfer pricing

2.3. Kerangka Konseptual

Variabel Endogen yang digunakan pada penelitian ini adalah *Transfer Pricing*. Variabel Eksogen yang digunakan pada penelitian ini adalah Pajak, Mekanisme Bonus, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Tunneling Incentive*. Berikut adalah kerangka konseptual pada penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Dengan semakin besar tarif pajak antar negara, maka mendorong perusahaan multinasional untuk melakukan manipulasi terhadap penetapan harga transfer. Sejalan dengan konsep *tax-motivated transfer pricing* yang Dimana penetapan harga transfer tidak didasarkan pada pertimbangan ekonomi lagi, melainkan menjadi sebuah upaya dalam mengeksploitasi perbedaan regulasi fiskal antar wilayah kedaulatan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu terdahulu yang menyatakan pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* (Yulia & Fitriyani, 2025).

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:
H1: Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

2.4.2. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus merupakan suatu bentuk insentif manajerial yang selalu dikaitkan dengan kinerja laba entitas. Di dalam perspektif teori akuntansi positif dinyatakan bahwa manajer cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini untuk memaksimalkan remunerasi mereka. Perusahaan multinasional, cenderung memanifestasikan kebijakan *transfer pricing* secara agresif guna mencapai target laba yang telah ditentukan. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Ridwan, Arofah, Putri, & Ilham, 2023)

Berdasarkan uraian di atas hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:
H2: Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

2.4.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*

Indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba adalah profitabilitas. Berdasarkan *Agency Theory*, tingkat profitabilitas yang tinggi sering kali meningkatkan pengawan dari pemegang saham maupun otoritas pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dalam melakukan perencanaan pajak yang sangat kompleks, terutama pada penggunaan kebijakan *transfer pricing*. Hal ini didukung

oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. (Solihin, 2022)

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

2.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Perusahaan yang memiliki volume transaksi antar anggota grup, biasanya akan sulit bagi otoritas pajak dalam memantau setiap transaksi secara detail. Kompleksitas ini menjadi salah satu indikasi bahwa perusahaan dengan skala yang besar memiliki banyak entitas anak yang tersebar di berbagai wilayah dengan tarif pajak yang berbeda, guna meminimalkan tarif pajak. Oleh karena itu, ukuran perusahaan sering sekali menjadi koreksi dalam praktik pemanfaatan kebijakan harga transfer. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. (Anwar & Sadewa, 2025)

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

2.4.5. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Hubungan antara *tunneling incentive* seringkali didasarkan pada keinginan dalam melakukan ekpropriasi kekayaan. Kepemilikan tertuju pada pengendali yang memiliki kekuasaan absolut dalam menentukan kebijakan internal. Semakin besar insentif maka *tunneling incentive* akan secara agresif dilakukan oleh perusahaan sebagai taktik dalam memindahkan laba ke perusahaan-perusahaan yang berada dibawah kendali pemegang saham, terutama apabila entitas tersebut memiliki hak aliran kas yang lebih tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. (Purwanto & Tumewu, 2018)

Berdasarkan uraian diatas hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:

H5: *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*