

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2. 1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Hubungan keagenan adalah “*agency relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent*” (Jensen dan Meckling 1976). Maksudnya teori agensi merupakan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan principal (pemegang saham). Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Namun, sebaliknya teori keagenan juga dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Konflik antar kelompok atau *agency conflict* merupakan konflik yang timbul antara pemilik, dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan.

Menurut Colgan dalam Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan, yaitu:

1. Moral Hazard

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi), dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2. Penahanan Laba (*Earnings Retention*)

Masalah ini berkaitan dengan kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

3. Horison Waktu

Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dengan mana prinsipal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4. Penghindaran Risiko Manajerial

Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha

meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

2.1.2 Teori Internalisasi

Teori internalisasi adalah teori yang menjelaskan alasan sebuah perusahaan melakukan pengembangan perusahaan keluar negeri sehingga banyak *multinational enterprise* (MNE) yang didirikan oleh perusahaan-perusahaan besar dunia (Rugman dan Verbeke 2007). Teori internalisasi merupakan pendekatan institusional komparatif untuk menganalisis perilaku *multinational enterprise*. Asumsi utama dalam teori internalisasi ini adalah adanya pendekatan komparatif institusional untuk mencapai efisiensi dan efektifitas dari pilihan-pilihan yang dihadapi oleh MNE. Pilihan tersebut beragam, mulai dari pemilihan batasan-batasan firma, menciptakan hubungan dengan lingkungan eksternal serta pemilihan bentuk-bentuk organisasional spesifik untuk diterapkan dalam MNE. Perusahaan multinasional dapat melakukan *transfer pricing* ke anak perusahaannya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

2.1.3 Teori Stewardship

Teori stewardship menggambarkan hubungan antara pemegang saham (principal) dan manajer (steward) (Susetyo, 2009). Teori ini memiliki asumsi bahwa kepentingan personal antara manajer dan pemegang saham dapat diselaraskan melalui pencapaian tujuan organisasi.

Apabila terdapat perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajer, manajer akan menjunjung tinggi nilai kebersamaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai (Susetyo, 2009).

Teori *stewardship* adalah teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi, sehingga teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah dirancang dimana para eksekutif sebagai *steward* termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan prinsipal, selain itu perilaku *steward* tidak akan meninggalkan organisasinya sebab *steward* berusaha mencapai sasaran organisasinya (Donaldson dan Davis 1991).

2.1.4 *Transfer Pricing*

Transfer pricing adalah kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer terhadap transaksi barang, jasa, aset tidak berwujud, atau transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan (Sundari dan Susanti 2016).

Menurut kementerian keuangan *transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan.

Organization for Economic Co-operation and Development mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan di dalam transaksi antar anggota group dalam sebuah perusahaan multinasional

dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar, hal ini karena mereka berada pada posisi bebas untuk mengadopsi prinsip apapun yang tepat bagi korporasinya(Wafiroh dan Hapsari,2015)

Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intracompany* dan *intercompany transfer pricing*. *Intracompany transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *intercompany transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*).

Menurut PSAK No 7 yang mengatur tentang pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan transaksi antara perusahaan pelapor dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Mengungkapkan beberapa pengertian mengenai hubungan istimewa:

1. Pihak-pihak dikatakan memiliki hubungan istimewa bila satu pihak memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau memiliki pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional.
2. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya atau kewajiban

antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan

3. Pengendalian adalah kepemilikan langsung melalui anak perusahaan dengan lebih dari setengah hak suara dari suatu perusahaan, atau suatu kepentingan substansial dalam hak suara dan kekuasaan , untuk mengarahkan kebijakan keuangan dan operasi manajemen.
4. Pengaruh signifikan adalah penyertaan dalam pengambilan keputusan kebijakan keuangan dan operasi suatu perusahaan, tetapi tidak mengendalikan kebijakan itu. pengaruh signifikan dapat dijalankan dengan dengan berbagai cara, antara lain, berdasarkan perwakilan dalam dewan komisaris atau penyertaan dalam proses perumusan kebijakan, transaksi antar perusahaan yang materil, pertukaran karyawan manajerial, atau ketergantungan pada informasi teknis. Pengaruh signifikan dapat diperoleh berdasarkan kepemilikan bersama, anggaran dasar atau perjanjian.

Pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah :

- a. Perusahaan melalui satu atau lebih perantara (intermediaries), mengendlikan, atau dikendalikan oleh atau berada dibawah pengendalian bersama, dengan perusahaan pelapor (termasuk *holding companies*, *subsidiaries*, dan *fellow subsidiaries*).

- b. Perusahaan asosiasi (associated company)
- c. Perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara diperusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut(anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan memengaruhi atau dipengaruhi orang tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor)
- d. Karyawan kunci, yaitu orang-orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, dan mengendalikan kegiatan perusahaan pelapor yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi, dan manajer dari perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut.
- e. Perusahaan, di mana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh setiap orang yang diuraikan

Menurut beberapa literatur diatas dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* merupakan nilai yang dibebankan terhadap barang/ jasa yang ditransfer antar pihak yang memiliki hubungan istimewa.

2.1.5 Pajak

Direktorat Jenderal Pajak mengungkapkan bahwa 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. Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta Wajib Pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sesuai falsafah undang-undang perpajakan, membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban, tetapi merupakan hak dari setiap warga Negara untuk ikut berpartisipasi dalam bentuk peran serta terhadap pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

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 gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara menyelenggarakan pemerintahan. Pajak memiliki beberapa unsur diantaranya :

1. Iuran dari rakyat kepada negara.

Yang memiliki hak untuk memungut pajak hanyalah pemerintah dan iuran pajak tersebut berupa uang bukan barang.

2. Berdasarkan undang-undang

Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan peraturan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

3. Tanpa Kontraprestasi

Tidak ada imbalan atau kontraprestasi secara langsung dari negara. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

4. Digunakan untuk keperluan negara

Pajak digunakan untuk membiayai rumah tangga negara yaitu pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas (Soemitro dalam Mardiasmo 2013).

Pajak berfungsi sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah, dan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi (Mardiasmo 2013).

2.1.6 Multinasionalitas

Perusahaan multinasional (*multinational corporation*) adalah perusahaan yang berbasis di satu negara(negara induk) dan memiliki kegiatan produksi dan pemasaran di satu atau lebih negara asing (negara tuan rumah) (Schoel dalam Puspoprano, 2006).

Perusahaan multinasional adalah sebuah perusahaan yang wilayah operasinya meliputi sejumlah negara dan memiliki fasilitas produksi dan pelayanan diluar negaranya sendiri (Winardi 1982 dalam Anoraga 2009).

Perusahaan multinasional sebagai sebuah perusahaan yang memiliki operasi yang signifikan pada lebih satu negara. Jadi, perusahaan multinsional adalah sebuah organisasi yang terlibat dalam kegiatan bisnis di tingkat internasional. Ia menjalankan kegiatannya dengan skala internasional yang tidak memandang batas negara dan dipimpin oleh sebuah strategi bersama dari sebuah induk (pusat) perusahaan (Certo dalam Puspoprano, 2006).

Untuk memperkuat basis globalnya perusahaan multinasional mendirikan anak –anak perusahaan, cabang dan perwakilan usahanya di berbagai negara dengan tujuan untuk memperkuat aliansi strategis dan menumbuhkembangkan pangsa pasar (*market share*) ekspor dan impor produk-produk mereka di berbagai negara (Pohan,2016).

Menurut Soemiro dalam Anoraga (2009), bentuk badan hukum perusahaan multinasional di bagi menjadi dua, yaitu:

1. Perusahaan Cabang

Merupakan bagian yang secara formal tidak terpisahkan dari kantor atau usaha pusatnya (MNC induknya). Dengan demikian bukan merupakan badan yang berdiri sendiri. Dalam hal ini, menejemen, administrasi, keuangan, serta kebijakan yang

dilaksanakan identik dengan MNC induk dan dikendalikan dari kantor pusat tersebut.

2. Subsidiary

Adalah perseroan anak yang merupakan badan hukum yang berdiri sendiri, terlepas dari perseroan induknya dan lazimnya didirikan berdasarkan hukum yang berlaku di negara tempat pendirian. Perseroan induk biasanya memiliki seluruh saham-saham subdiary, tetapi sering pula terjadi bahwa sebagian dari saham-saham itu dimiliki oleh perseroan lain di negara tempat pendirian sehingga terjadi *joint-venture*.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek.. Ketentuan untuk ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Peraturan tersebut menjelaskan 4 (empat) jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran perusahaan tersebut antarlain :

- a. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih \leq Rp 50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan \leq Rp300.000.000,-.

- b. Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp50.000.000,- sampai Rp 500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualanRp300.000.000,- sampai dengan Rp2.500.000.000,-.
- c. Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp 500.000.000,- sampai Rp10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp 2.500.000.000,- sampai dengan Rp50.000.000.000,-.
- d. Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih \geq Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan)serta memiliki jumlah penjualan \geq Rp50.000.000.000,-.

2.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Menurut Husnan (2001) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Sedangkan Menurut Michelle dan Megawati (2005) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan pernyataan Shapiro (1991) "*Profitability ratios measure*

managements objectiveness as indicated by return on sales, assets and owners equity.”

2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Objek dan Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Stephanie, Sistomo dan Simanjuntak (2017)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur di BEI	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan.	Variabel pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> , sedangkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> .
2	Tiwa, Saerang, dan Tirayoh (2017)	Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, Kepemilikan Asing	Variabel pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan <i>transfer pricing</i> . Variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap penerapan <i>transfer pricing</i> .
3	Saraswati dan Sujana (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> pada Indikasi Melakukan <i>Transfer</i>	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling</i>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan <i>transfer</i>

		<i>Pricing</i>	<i>Incentive</i>	<i>pricing.</i>
4	Kusuma dan Wijaya (2017)	<i>Drivers of the Intensity of Transfer Pricing: An Indonesian Evidence</i>	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, Profitability, Intangible asset, ukuran perusahaan, struktur modal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pajak, <i>Profitability</i> , <i>Intangible asset</i> , ukuran perusahaan, struktur modal berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
5	Ramadhan dan Kustiani (2017)	Faktor-Faktor Penentu Agresivitas <i>Transfer Pricing</i>	Dependen : <i>Agresivitas Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Multinasionalitas, Pemanfaatan <i>Tax Haven Country</i> , kompensasi kerugian, selisih kompensasi kerugian, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan intangible asset	Multinasionalitas, Pemanfaatan <i>Tax Haven Country</i> , kompensasi kerugian dan selisih kompensasi kerugian berpengaruh terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan intangible asset tidak berpengaruh.
6	Schmidt-eisenlohr, Liu, Schmidt-eisenlohr, dan Guo (2017)	<i>International Transfer Pricing and Tax Avoidance : Evidence from Linked Trade-Tax Statistics in The Uk</i>	Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : <i>Tax avoidance</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa <i>tax avoidance</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>

	Sundari dan Susanti (2016).	<i>Transfer Pricing Practices: Empirical Evidence from Manufacturing Companies in Indonesia</i>	<p>Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : Pajak, Kepemilikan Asing, Mekanisme Bonus dan <i>debt covenant</i></p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan kepemilikan asing memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> sementara mekanisme bonus dan <i>debt covenant</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk <i>transfer pricing</i> .
7	Waworuntu dan Hadisaputra (2016)	<i>Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness in Indonesia</i>	<p>Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : <i>firm size, profitability, leverage, intangible assets, multinationality and tax haven utilisation</i></p>	<p><i>Firm size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> sedangkan <i>intangible assets</i> dan <i>multinationality</i> berpengaruh negatif.</p> <p><i>Profitability</i> dan <i>tax haven utilisation</i> tidak berhubungan dengan agresivitas <i>transfer pricing</i>.</p>
8	F, Mayoman, dan Karjo (2016)	Pengaruh pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Corporate Good Governance (GCG)</i> Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> pada	<p>Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Good Corporate Governance</i></p>	Variabel pajak, <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> sedangkan variabel <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>

		Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI		pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
9	Mispiyanti (2015)	Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Sementara, <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
10	Wafiroh dan Hapsari (2015)	Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus	Pajak dan <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi <i>transfer pricing</i> . Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap transaksi <i>transfer pricing</i> .
11	Marfuah dan Azizah (2014)	Pengaruh pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Exchange Rate</i> pada keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen : Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Exchange Rate</i>	Variabel yang mempengaruhi keputusan <i>transfer pricing</i> adalah <i>tunneling incentive</i> dan <i>exchange rate</i> . Sedangkan variabel pajak tidak berpengaruh.

12	Richardson, Taylor, dan Lanis (2013)	Determinants of transfer pricing aggressiveness : Empirical evidence from Australian firms	<p>Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : <i>firm size, profitability, leverage, intangible assets, dan multinationality</i></p>	<i>Firm size, profitability, leverage, intangible assets, dan multinationality</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i>
13	Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012)	Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia	<p>Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Pajak, Tunneling Incentive</i></p>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>
14	Lo, Kong, dan Wong (2010)	<i>Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting : An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies</i>	<p>Variabel Dependen : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Pajak, Bonus Plan dan Tunneling Incentive</i></p>	Pajak, <i>Bonus plan</i> dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>

2. 3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pajak adalah iuran wajib yang harus dibayar oleh wajib pajak yang sifatnya memaksa. Menurut Mardiasmo(2013) pajak berfungsi sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah, dan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, sedangkan bagi perusahaan pajak merupakan hal yang merugikan karena pajak dapat mengurangi laba yang seharusnya mereka dapatkan. Tingkat pajak yang tinggi menyebabkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan menjadi semakin besar sehingga perusahaan cenderung memilih transfer pricing sebagai alternatif untuk meminimalkan beban pajak yang mereka bayarkan (Sundari dan Susanti 2016). Cara yang dapat dilakukan agar beban pajak dapat berkurang adalah dengan mengalihkan laba ke perusahaan yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah dengan melakukan *transfer pricing*.

Beberapa penelitian yang terdahulu menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* Sundari dan Susanti (2016), Saraswati dan Sujana (2017), Tiwa, Saerang, dan Tirayoh (2017), Kusuma dan Wijaya (2017), F, Mayoman, dan Karjo (2016), Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) dan Lo, Kong, dan Wong (2010).

Teori keagenan dapat menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan akan bertindak, karena pada dasarnya mereka

memiliki kepentingan yang berbeda. Perbedaan kepentingan memunculkan konflik keagenan. Perbedaan kepentingan antara fiskus dan perusahaan akan menimbulkan ketidakpatuhan yang dilakukan oleh wajib pajak atau pihak manajemen perusahaan yang akan berdampak pada upaya perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba (Dewinta dan Setiawan, 2016)

Perusahaan yang memiliki tingkat pajak yang tinggi akan cenderung melakukan kegiatan *transfer pricing* ke anggota atau anak perusahaan yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis pertama dari penelitian ini adalah:

H1 : Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.3.2 Pengaruh Multinasionalitas Terhadap *Transfer Pricing*

Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara di bawah pengendalian satu pihak tertentu (Wafiroh dan Hapsari, 2015). Adanya anak perusahaan yang berada di luar negeri akan menyebabkan perbedaan tarif pajak yang dimiliki anak perusahaan dengan perusahaan induk. Perbedaan tarif pajak tersebut dapat memotivasi manajer dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*, karena

dengan adanya *transfer pricing* perusahaan dapat memaksimalkan laba yang dimiliki. Perusahaan multinasional akan cenderung untuk melakukan *transfer pricing* dikarenakan adanya transaksi antar perusahaan pada negara berbeda (Ramadhan dan Kustiani, 2017).

Teori internalisasi dapat menjelaskan hubungan antara multinasionalitas dan *transfer pricing*. Perusahaan multinasional akan melakukan *transfer pricing* sebagai upaya untuk meningkatkan laba perusahaan (Rugman dan Verbeke 2007). Pengaruh multinasionalitas terhadap *transfer pricing* di dukung oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Richardson, Taylor, dan Lanis 2013) dan (Ramadhan dan Kustiani, 2017).

Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis kedua dari penelitian ini adalah:

H2 : Multinasionalitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan dapat dilihat dengan menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama (Rachmawati dan Triatmoko, 2007).

Teori agensi dapat menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dengan *transfer pricing*. Adanya wewenang yang dimiliki

manajer dalam mengelola perusahaan akan menimbulkan kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan tersebut memiliki aktivitas usaha dan transaksi keuangan yang semakin besar dimana kemungkinan terjadinya *transfer pricing* akan lebih tinggi terjadi di perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil (Ramadhan & Kustiani, 2017). Hal ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Richardson et al., 2013) (Waworuntu & Hadisaputra, 2016) dan (Kusuma & Wijaya, 2017) menunjukkan pengaruh ukuran perusahaan positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis ke tiga dari penelitian ini adalah

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*

Investor menggunakan profitabilitas sebagai salah satu dasar dalam mengambil keputusan investasi yang akan dilakukan. Dengan profitabilitas yang baik kemungkinan investor melakukan atau mempertahankan investasinya akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena profitabilitas dapat menggambarkan kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan memiliki peluang yang baik di masa yang akan datang. Oleh karena itu perusahaan

akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. Salah satu kebijakan yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusuma & Wijaya, (2017) dan Richardson, Taylor, dan Lanis (2013) menyebutkan bahwa profitabilitas mempengaruhi *transfer pricing*.

Teori yang dapat menjelaskan hubungan antara profitabilitas dengan *transfer pricing* adalah teori stewardship. Mengikuti teori ini, eksekutif perusahaan akan melindungi kepentingan pemilik atau pemegang saham dan membuat keputusan atas nama mereka. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan dan mempertahankan kinerja perusahaan sehingga para pemegang saham menjadi makmur. Perusahaan yang dipegang publik dapat merasakan tekanan dari pemegang saham untuk menunjukkan profitabilitas yang tinggi di tingkat perusahaan induk. Profitabilitas perusahaan mungkin berdampak pada upaya untuk meramalkan ekspektasi masa depan dari pihak luar yang diminati seperti investor, kreditur, dan calon investor dan kreditur. Dalam konteks penetapan harga transfer, perusahaan yang lebih menguntungkan dapat mengubah harga transfer untuk mengurangi keuntungan yang dilaporkan di yuridiksi pajak tinggi dengan mempertimbangkan pendapatan sebelum pajak mereka. Selain itu, perusahaan dengan laba sebelum pajak yang tinggi cenderung menghindari pajak penghasilan kena pajak yang

dibayarkan untuk meningkatkan profitabilitasnya(Kusuma & Wijaya, 2017). Perusahaan-perusahaan ini kemudian menggunakan peluang penghindaran pajak dalam mekanisme *transfer pricing* untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis terakhir dalam penelitian ini adalah

H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2. 4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2 .1 Kerangka Pemikiran

