

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) mengemukakan teori keagenan yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (prinsipal). 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. Menurut Eisenhardt (1989) dalam Hanum (2013) bahwa *agency theory* menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu *pertama*, manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*). *Kedua*, manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*). *Ketiga*, manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

Tujuan utama dengan adanya *agency theory* tersebut adalah untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir biaya sebagai dampak adanya informasi yang tidak simetris dan kondisi yang mengalami ketidakpastian. Dengan adanya asimetri informasi, menyebabkan manajer

memiliki informasi yang lebih banyak daripada pemegang saham. Ketika struktur kepemilikan terkonsentrasi dalam artian satu pihak memiliki pengendalian atas perusahaan, maka masalah keagenan yang timbul akan berbeda yaitu dimana masalah manager dengan pemegang saham berubah menjadi pemegang saham pengendali dengan pemegang saham non-pengendali (Claessens dan Fan, 2002).

Teori agensi dalam penelitian ini menjelaskan muncuhnya konflik antara pemegang saham pengendali dan non-pengendali menyebabkan timbulnya peluang untuk mengeksploitasi hak dari pemegang saham non-pengendali melalui *tunneling*. Salah satu *tunneling* yang dilakukan pemegang saham pengendali ialah memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan melalui penjualan aset, kontrak harga transfer, kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya.

## 2. Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Teori Akuntansi Positif dapat diartikan untuk menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu (Watts dan Zimmerman, 1986). Mardiyah (2006) juga mengemukakan teori akuntansi positif berusaha menjelaskan fenomena akuntansi yang diamati berdasarkan pada alasan-alasan yang menyebabkan

terjadinya suatu peristiwa. Dengan kata lain teori akuntansi positif dimaksudkan untuk menjelaskan dan memprediksi konsekuensi yang terjadi jika manajer menentukan pilihan tertentu. Penjelasan dan prediksi dalam teori akuntansi positif didasarkan pada proses kontrak atau hubungan keagenan.

Watts dan Zimmerman (1986) teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis, dua diantaranya yakni:

a. Hipotesis Rencana Bonus (*the bonus plan hypothesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer perusahaan seperti orang-orang lain, menginginkan imbalan yang tinggi. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut.

b. Hipotesis Kontrak Hutang (*the debt covenant hypothesis*)

Hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar

kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Alasannya adalah laba yang dilaporkan yang makin meningkat akan menurunkan kelalaian teknis. Sebagian besar dari perjanjian hutang berisi kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian.

Dengan jelas, prospek dari pelanggaran kesepakatan membatasi kegiatan perusahaan dalam operasional perusahaan itu sendiri. Untuk mencegah, atau paling tidak menunda, pelanggaran semacam itu, perusahaan bisa memilih kebijakan akuntansi tertentu yang bias meningkatkan laba masa kini. Berdasarkan hipotesis kesepakatan hutang, ketika perusahaan mendekati kelalaian, atau memang sudah berada dalam lalai / cacat lebih cenderung untuk melakukan hal ini.

Dapat disimpulkan semakin tinggi rasio hutang atau ekuitas perusahaan makin besar kemungkinan bagi manajer untuk memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk dapat menaikkan laba dan menghindari peraturan kredit adalah dengan *transfer pricing*. Kemudian bonus yang merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba dengan sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam mengatur laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*.

### 3. *Transfer Pricing*

*Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu, *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *intercompany transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu Negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*). Cakupan hubungan istimewa terjadi apabila ada penyertaan kepemilikan secara langsung maupun tak langsung minimal 25% pada Wajib Pajak lainnya. Lebih lanjut pengertian hubungan istimewa terjadi apabila beberapa wajib pajak secara langsung maupun tak langsung berada di bawah penguasaan yang sama. Sedangkan menurut PSAK 7, pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa. Lebih lanjut cakupan istimewa terjadi apabila beberapa perusahaan berada di bawah penguasaan yang sama (entitas pengendali) termasuk entitas induk dan

entitas anak. Transaksi hubungan istimewa ini dapat menyebabkan perbedaan harga transfer dimana harga menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Kurniawan, 2015:2).

Definisi *transfer pricing* menurut para ahli :

Menurut Horngren (2008), yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan satu sub unit untuk suatu produk atau jasa yang di pasok ke sub unit yang lain dalam organisasi yang sama. Dirjen Pajak: Penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud, atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi).

Beberapa bentuk dari perusahaan atau pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa digambarkan di dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 7 sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang melalui satu atau lebih perantara mengendalikan atau dikendalikan oleh atau berada di bawah pengendalian bersama dengan perusahaan pelapor (termasuk *holding company*, *subsidiaries*, dan *fellow subsidiaries*).
- b. Perusahaan asosiasi (*associated company*).
- c. Perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut (yang dimaksudkan dengan anggota keluarga dekat

adalah mereka yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan 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 dimana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam butir (c) atau (d), atau setiap tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut. Ini mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki anggota dewan komisaris, direksi atau pemegang saham utama dari perusahaan pelapor dan perusahaan – perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama. Dengan perusahaan pelapor.

Secara umum *transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya. Dalam suatu grup perusahaan *transfer pricing*, menurut Tsurumi (1984) dalam Gunadi (2007), merupakan harga yang diperhitungkan untuk pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa dalam satu grup perusahaan. *Transfer pricing* tersebut bermula dari usaha pengendalian yang dilakukarr oleh satu pihak pada pihak lainnya melalui kepemilikan,

misalnya antara induk dengan anak perusahaan atau antar perusahaan afiliasinya.

Hubungan istimewa dimaksud dapat mengakibatkan kekurangan harga biaya atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. *Transfer pricing* dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan atau dapat pengenaan pajak dan / atau biaya dari satu Wajib Pajak ke Wajib Pajak lainnya, yang dapat direayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terhutang atas Wajib Pajak–Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. Kekurangwajaran sebagaimana tersebut di atas dapat terjadi pada :

- a. Harga penjualan ;
- b. Harga pembelian ;
- c. Alokasi biaya administrasi dan umum (*overhead cost*) ;
- d. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*) ;
- e. Pembayaran komisi, *lisensi, franchise, sewa, royalti*, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lainnya ;
- f. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar ;
- g. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang / tidak mempunyai substansi usaha (misalnya : *dummy company, letter box company* atau *reinvolving center*).

Gunadi (2007) ada beberapa motivasi *transfer pricing* di Indonesia seperti: pengurangan objek pajak (terutama pajak penghasilan), pelonggaran pengaruh pembatasan kepemilikan luar negeri, penurunan pengaruh depresiasi rupiah, menguatkan tuntutan kenaikan harga atau proteksi terhadap saingan impor, mempertahankan sikap *low profile* atau *konservatisme* tanpa memperdulikan tingkat keuntungan usaha, pengamanan perusahaan dari tuntutan atas imbalan prestasi pimpinan atau kesejahteraan karyawan dan kepedulian lingkungan (ekologi dan masyarakat) dan memperkecil akibat pembatasan, dan ketidakpastian atas risiko kegiatan usaha perusahaan luar negeri.

#### 4. Pajak

Menurut UU Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan 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”.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH dalam bukunya Mardiasmo (2011) :

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbul (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pajak mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Pajak dipungut berdasarkan undang – undang.
- b. Tidak ada timbal jasa (Kontraprestasi) secara langsung.
- c. Dapat dipaksakan.
- d. Hasilnya untuk membiayai pembangunan.

*Transfer Pricing* dalam Peraturan Perpajakan Indonesia diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya plus, atau metode lainnya. Hubungan istimewa dikatakan terjadi jika (i) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung maupun tidak langsung paling rendah 25 % pada Wajib Pajak lain; (ii) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (iii) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan / atau ke samping satu derajat.

Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di dalam aturan ini

disebutkan pengertian *arms length principle* yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar. Aturan ini juga menyebutkan metode apa yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan *transfer pricing*, yaitu :

a. Metode perbandingan harga (*Comparable Uncontrolled price/CUP*)

Metode ini membandingkan harga transaksi dari pihak yang ada hubungan istimewa tersebut dengan harga transaksi barang sejenis dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (pembanding independen), baik itu internal CUP maupun eksternal CUP. Metode ini sebenarnya merupakan metode yang paling akurat, tetapi yang sering menjadi permasalahan adalah mencari barang yang benar-benar sejenis.

b. Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method / RPM*)

Metode ini digunakan dalam hal Wajib Pajak bergerak dalam bidang usaha perdagangan, di mana produk yang telah dibeli dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa dijual kembali (*resale*) kepada pihak lainnya (yang tidak mempunyai hubungan istimewa).

c. Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*)

Metode ini dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak

yang tidak mempunyai hubungan istimewa umumnya digunakan pada usaha pabrikasi.

Konsekuensi dalam Transaksi Hubungan Istimewa menurut UU PPh :

a. Penentuan kembali harga transfer dan DER

Direktur Jenderal Pajak sesuai dengan Pasal 18 ayat 3 UU PPh berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan (*transfer pricing*) serta menentukan utang sebagai modal atau *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa. Rumusan di atas menunjukkan ada dua hal yang harus dipenuhi agar Dirjen Pajak dapat melakukan koreksi yaitu :

- 1) Terdapat hubungan istimewa antara pihak-pihak yang melakukan transaksi.
- 2) Transaksi tersebut tidak menunjukkan kewajaran dan kelaziman usaha.

**5. *Tunneling Incentive***

*Tunneling* merupakan pemindahan sumber daya keluar perusahaan ke pemegang saham pengendali (Johnson et al., 2000). Dalam Yuniasih (2012) masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. *Pertama*, pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau komisaris yang kemungkinan besar melakukan ekspropriasi

terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). *Kedua*, lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens et al., 2002). *Ketiga*, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas.

*Tunneling* dapat muncul dalam 2 bentuk. *Pertama*, pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan melalui penjualan aset, kontrak harga transfer, kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya. *Kedua*, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutif atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non pengendali.

#### 6. *Mekanisme Bonus*

Menurut Suryatiningsih et al., (2009) mekanisme bonus adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Mekanisme bonus yang didasarkan pada besarnya laba merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi/manajer, maka hal tersebut logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba

tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dan remunerasinya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

Horngren (2008: 428) menyebutkan bahwa kompensasi bonus dilihat berdasarkan tim bervariasi di berbagai divisi dalam satu organisasi. Sebagai tim perusahaan maka harus bersedia untuk saling membantu. Jadi bonus direksi tidak didasarkan pada laba sub unit namun berdasarkan pada kebaikan dan laba perusahaan secara keseluruhan.

## B. Penelitian Terdahulu

Selain berdasarkan teori-teori dari para ahli, digunakan pula hasil dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai pertimbangan dan referensi dalam melakukan penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dan berkaitan dirangkum oleh penulis dalam tabel berikut :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
1.	Winda Hartati, Desriyawati, Julita 2015	<i>Tax Minimization, Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tax minimization</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>3. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
2.	Winda Hartati, Desmiyawati, Nur Azlina 2014	Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pajak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>,</li> <li>2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>

Lanjutan tabel 2.1

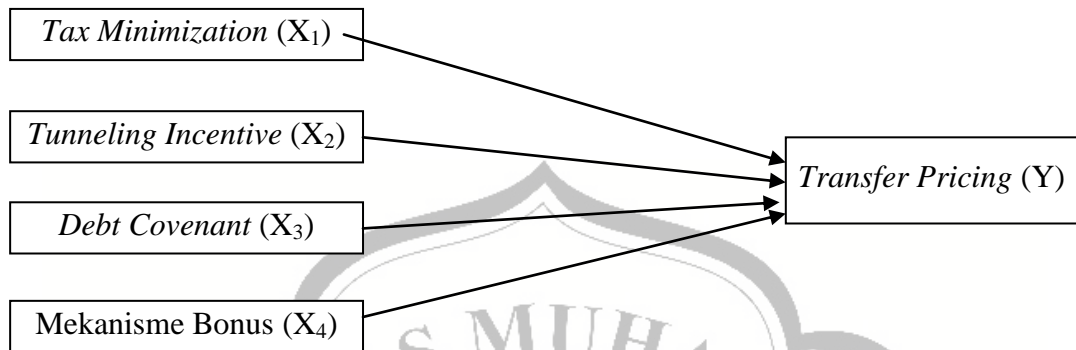
No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
3.	Aviandika Heru Pramana 2014	Pengaruh Pajak, <i>Bonus Plan</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. Bonus plan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>3. <i>Tunneling incentives</i> berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>4. <i>Debt covenant</i> berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
4.	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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i>.</li> <li>3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
5.	M. Reza Akbar dan Barera 2014	Pengaruh Manajemen Pajak, Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen pajak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. <i>Tunneling Incentive</i> pajak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>3. Bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
6.	Hana Rengganis 2014	Pengaruh Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variable mekanisme bonus terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
7.	Novi Lailiyul Wafiroh 2014	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>3. Mekanisme bonus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> </ol>
8.	Nelly Wirani 2013	Pengaruh Manajemen Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</li> <li>2. Mekanisme bonus berpengaruh</li> </ol>

Lanjutan tabel 2.1

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
		Manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia	signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
9.	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	1. Pajak berpengaruh positif pada keputusan <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif pada keputusan <i>transfer pricing</i> .
10.	Agnes W. Y. Lo, Raymond M. K. Wong, dan Michael Firth (2010)	<i>Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting : An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies</i>	1. Pajak berpengaruh terhadap perilaku <i>transfer pricing</i> perusahaan di China. 2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap perilaku <i>transfer pricing</i> perusahaan di China.
11.	Mark Cecchini, Robert Leitch, Caroline Strobel (2013)	<i>Multinational Transfer Pricing : A Transaction Cost and Resource Based View</i>	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam framework TCE dan RBV mensugesti untuk mengatur kebijakan mengenai <i>transfer pricing</i> lebih mendalam untuk dapat menghadapi permasalahan yang lebih kompleks serta terkait satu sama lain atau bahkan permasalahan yang bersifat ganjil/aneh.
12.	Christian Plesner Rossing (2013)	Mengenai <i>Tax strategy control: The case of transfer pricing tax risk management</i>	Menunjukkan bahwa perusahaan multinasional cenderung melakukan pengendalian terhadap pembayaran pajak melalui pengendalian harga dengan mekanisme <i>transfer pricing</i> dan fungsi <i>tax strategy</i> mempengaruhi 4 elemen dalam <i>levers of control</i> yang mensugesti manajemen untuk melakukan pengaturan terhadap perpajakan.
13.	Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana (2017)	Mengenai Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa 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 pricing</i> . Koefisien determinasi sebesar 0,274 yang berarti 27,4% indikasi perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> dipengaruhi oleh variabel tersebut, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini menunjukkan masih banyak variabel di luar penelitian yang dapat menjelaskan <i>transfer pricing</i> .

Sumber : Berbagai jurnal ilmiah dan penelitian, 2017

### C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Model Penelitian

### D. Hipotesis

#### 1. Pengaruh *Tax Minimization* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Dari hasil penelitian tentang *transfer pricing* di Indonesia oleh tim UNTC dari PBB pada tahun 1985 menyebutkan bahwa salah satu motivasi dilakukannya *transfer pricing* adalah pajak. Melalui praktik *transfer pricing*, *tax minimization* dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan serta biaya suatu perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa kepada perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya berbeda. Hal ini didukung oleh penelitian Rahayu (2010: 64), ia menemukan bahwa modus *transfer pricing* dilakukan dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak terutang secara keseluruhan. Jacob (1996) menemukan bahwa transfer antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Penelitian

tersebut menemukan bahwa perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara dengan pajak tinggi ke Negara dengan pajak rendah.

Hartati (2014), mengungkapkan bahwa yaitu *tax Minimization* berpengaruh terhadap keputusan *transfer Pricing*. Hartati et al., (2014) juga mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak yang rendah.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menduga bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : *Tax Minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.**

## **2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Struktur kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi (Mutamimah, 2008). Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer (La Porta *et al.*, 2000). Manajer lebih

mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham. Pemegang saham mayoritas pada struktur kepemilikan terkonsentrasi dapat melakukan *monitoring* dan *control* terhadap manajemen perusahaan.

*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 Zhang (2004) dalam Mutamimah (2008). Secara sederhana dapat disimpulkan apabila pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar, maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri dari pada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas.

Lo *et al.*, (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, Aharony *et al.*, (2010) menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO. Yuniasih *et al.*, (2012), Hertati *et al.*, (2015), Marfiah dan Azizah (2014), Mispriyanti (2015), dan Noviasatika *et al.* (2016) juga menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Akbar dan Barera (2014) juga menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia, cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti menduga bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer Pricing*.**

### **3. Pengaruh *Debt Covenant* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Watts dan Zimmerman (1986) mengemukakan bahwa Kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*) merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti pembagian deviden yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas berada di bawah tingkat yang telah ditentukan. Di dalam teori akuntansi positif menjelaskan praktek akuntansi mengenai bagaimana manajer menyikapi perjanjian hutang. Manajer dalam menyikapi adanya pelanggaran atas perjanjian hutang yang telah jatuh tempo, akan berupaya menghindarinya dengan memilih kebijakan-kebijakan akuntansi yang menguntungkan dirinya.

Kalay (1982) dalam Pramana (2014) Semakin tinggi rasio hutang atau ekuitas perusahaan makin dekat dengan batas perjanjian atau peraturan kredit. Makin tinggi batasan kredit makin besar kemungkinan penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya. Manajer akan

memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk dapat menaikkan laba sehingga dapat mengendurkan batasan kredit dan mengurangi biaya kesalahan teknis adalah dengan *transfer pricing*. Disamping itu, hasil penelitian Pramana (2014) menyebutkan bahwa *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menduga bahwa *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : *Debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.**

#### **4. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Para direksi dalam menjalankan tugasnya cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Pemilik menilai kinerja perusahaan tersebut baik atau tidak biasanya dengan melihat pencapaian laba perusahaan yang diperoleh secara keseluruhan. Apabila laba yang diperoleh perusahaan tinggi, maka pemilik perusahaan menilai kinerja direksi sudah baik dan pantas untuk diberi penghargaan. Penghargaan tersebut dapat berupa bonus yang diberikan kepada direksi perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan Wirani (2013) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Kemudian Hartati *et al.*, pada tahun 2014 dan 2015 juga menemukan bahwa

mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menduga bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.**

