

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Agensi (Agency Theory)

Menurut Supriyono (2018) teori keagenan (*Agency Theory*) adalah “konsep yang mendeskripsikan hubungan antara prinsipal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak)”. *Principal* mempekerjakan *agent* untuk melakukan tugas untuk kepentingan *principal*, termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari *principal* kepada *agent* (Mahdiana, dkk, 2020). Pemilik perusahaan (*principals*) menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan. Manajemen (agen) sebagai pengelola kewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana dipercayakan *principals* untuk meningkatkan kemakmuran *principals* (Ginting, dkk, 2019).

Penyerahan wewenang oleh prinsipal kepada agen selaku pengelola perusahaan dapat menimbulkan masalah informasi asimetris. Konflik yang timbul akibat ketidak sesuaian informasi menyebabkan manajer memiliki informasi lebih banyak daripada pemegang saham (Jafri, dkk, 2018). Asimetris informasi dan konflik kepentingan dapat memicu agen untuk menyampaikan informasi yang tidak akurat (tidak benar) kepada prinsipal, menutupi kinerja agen yang sebenarnya buruk (Sugiyanto, dkk, 2019). Teori keagenan menjelaskan bahwa, “prinsipal dan agen memiliki tujuan yang berbeda sehingga menimbulkan masalah diantara kedua kedua pihak” (Fitriyani dan Khafid, 2019). Pemisahan antara pemilik perusahaan dengan manajer tentu akan menimbulkan masalah karena masing-masing pihak ingin memaksimalkan kepentingannya (Rimardhani, dkk, 2016).

Dapat disimpulkan bahwa timbulnya masalah-masalah keagenan terjadi karena adanya perbedaan kepentingan dan ketidaksesuaian informasi antara *principal* dan *agent* yang dimana *agent* dapat mempunyai informasi lebih banyak dibandingkan *principal*, dan masalah keagenan tersebut dapat merugikan *principal* yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan

perusahaan. “Masalah agensi tidak hanya terjadi antara pemegang saham dengan agen, tetapi juga terjadi antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham non pengendali” (Susanto, dkk, 2018). Selain itu, manajemen selaku agen diberikan wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar (Indrasti, 2016). *Transfer pricing* yang dilakukan oleh suatu perusahaan multinasional dapat didorong oleh alasan pajak maupun bukan pajak.

2.2 Transfer Pricing

Organization for Economic Co-operation And Development (OECD) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai, “harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota group dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang sesuai bagi groupnya”. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) (kemenkeu.go.id). Menurut Horngren (2008:375) dalam Indrasti (2016) yang dimaksud dengan *transfer pricing* (harga transfer) adalah harga yang dibebankan satu subunit (departemen atau divisi) untuk suatu produk atau jasa yang dipasok ke subunit yang lain di organisasi yang sama. Dapat disimpulkan bahwa *Transfer Pricing* adalah harga yang ditentukan atas berbagai transaksi antar divisi dalam perusahaan yang sama atau antar dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi.

Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi adalah suatu pengalihan sumber daya atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi, tanpa menghiraukan apakah suatu harga di perhitungkan. Dalam kemenkeu.go.id manipulasi harga yang dapat dilakukan dengan *transfer pricing* antara lain manipulasi pada:

- Harga penjualan;
- Harga pembelian;

- Alokasi biaya administrasi dan umum atau pun pada biaya *overhead*;
- Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*);
- Pembayaran komisi, lisensi, *franchise*, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik, dan imbalan atas jasa lainnya;
- Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar;
- Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunyai substansi usaha.

Menurut Setiawan (2014) dalam Saraswati dan Sujana (2017) penentuan harga transfer adalah penentuan harga atas transaksi produk, jasa, transaksi finansial, ataupun *intangible assets* antar perusahaan yang berelasi. *Transfer pricing* digolongkan menjadi dua yaitu penentuan harga transfer antardivisi yakni untuk yang masih dalam satu perusahaan, dan penentuan harga transfer atas transaksi antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Metode penentuan harga transfer untuk transaksi yang dilakukan antardivisi yang masih berada dalam perusahaan yang sama dinamakan *intra-company transfer pricing*. Sedangkan untuk metode penentuan harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa disebut dengan *inter-company transfer pricing*. *Inter-company transfer pricing* sendiri dapat digolongkan menjadi *domestic transfer pricing* dan *international transfer pricing*. Perbedaan keduanya adalah *domestic transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berada di negara yang sama sedangkan untuk *international transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berkedudukan di negara yang berbeda.

Pada Pasal 1 ayat (8) Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011, definisi penentuan harga transfer (*transfer pricing*) adalah “penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.”

Perbedaan penentuan harga transfer inilah yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang mempunyai banyak pihak berelasi. Menurut Putri (2019), ada beberapa tujuan perusahaan Indonesia melakukan *transfer pricing* yaitu untuk

mengakali jumlah profit perusahaan sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah, meningkatkan profit untuk memoles (*window-dressing*) laporan keuangan.

Menurut Nurhayati (2013) dalam Savitri *et al* (2017) pada dasarnya tujuan utama dari *transfer pricing* adalah untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja perusahaan, namun sering juga *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayar melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi.

Pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 tahun 2015 tentang Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi, “pihak-pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas yang menyiapkan laporan keuangannya, yang dalam Pernyataan ini dirujuk sebagai entitas pelapor”.

1. Orang atau anggota keluarga dekatnya mempunyai relasi dengan entitas pelapor jika orang tersebut:
 - a. Memiliki pengendalian atau pengendalian bersama atas entitas pelapor;
 - b. Memiliki pengaruh signifikan atas entitas pelapor; atau
 - c. Merupakan personil manajemen kunci entitas pelapor atau entitas induk dari entitas pelapor.
2. Suatu entitas berelasi dengan entitas pelapor jika memenuhi salah satu hal berikut:
 - a. Entitas dan entitas pelapor adalah anggota dari kelompok usaha yang sama, artinya entitas induk, entitas anak, dan sesama entitas anak saling berelasi dengan entitas lainnya,
 - b. Satu entitas adalah entitas asosiasi atau ventura bersama dari entitas lain, atau entitas asosiasi atau ventura bersama yang merupakan anggota suatu kelompok usaha, di mana entitas lain tersebut adalah anggotanya,
 - c. Kedua entitas tersebut adalah ventura bersama dari pihak ketiga yang sama

- d. Satu entitas adalah ventura bersama dari entitas ketiga dan entitas yang lain adalah entitas asosiasi dari entitas ketiga
- e. Entitas tersebut adalah suatu program imbalan pascakerja untuk imbalan kerja dari salah satu entitas pelapor atau entitas yang terkait dengan entitas pelapor, dan jika entitas pelapor adalah entitas yang menyelenggarakan program tersebut, maka entitas sponsor juga berelasi dengan entitas pelapor,
- f. Entitas yang dikendalikan atau dikendalikan bersama oleh orang yang diidentifikasi dalam huruf (a)
- g. Orang yang diidentifikasi dalam huruf (a)(i) memiliki pengaruh signifikan atas entitas atau merupakan personil manajemen kunci entitas (atau entitas induk dari entitas)
- h. Entitas, atau anggota dari kelompok di mana entitas merupakan bagian dari kelompok tersebut, menyediakan jasa personil manajemen kunci kepada entitas pelapor atau kepada entitas induk dari entitas pelapor.

Pada Pasal 18 UU Nomor 36 tahun 2008 tentang “perubahan keempat atas UU Nomor 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, hubungan istimewa dianggap ada apabila”:

1. “Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain; hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih; atau hubungan di antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir”
2. “Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau”
3. “terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat”.

Dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor: PER-32/PJ/2011 tentang “Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara

Wajib Pajak Dengan Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa Pasal 11”, berbunyi:

1. “Dalam penentuan metode Harga Wajar atau Laba Wajar wajib dilakukan kajian untuk menentukan metode Penentuan Harga Transfer yang paling sesuai (*The Most Appropriate Method*)”.
2. “Metode Penentuan Harga Transfer sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang dapat diterapkan adalah:
 - a. Metode Perbandingan Harga antara Pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*);
 - b. Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*);
 - c. Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*);
 - d. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*); atau
 - e. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*)”.
3. “Metode Perbandingan Harga antara Pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*) adalah metode Penentuan Harga Transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan harga barang atau jasa dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding”.
4. “Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*) adalah metode Penentuan Harga Transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan harga jual kembali produk tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar, yang mencerminkan fungsi, aset dan risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar”.
5. “Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*) adalah metode Penentuan Harga Transfer yang 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 pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha”.

6. “Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*) adalah metode Penentuan Harga Transfer berbasis Laba Transaksional (*Transactional Profit Method Based*) yang dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa, dengan menggunakan Metode Kontribusi (*Contribution Profit Split Method*) atau Metode Sisa Pembagian Laba (*Residual Profit Split Method*)”.
7. “Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin method/TNMM*) adalah metode Penentuan Harga Transfer yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aset, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa atau persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa lainnya”.
8. “Dalam menerapkan metode Penentuan Harga Transfer yang paling sesuai sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2), wajib diperhatikan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Kelebihan dan kekurangan setiap metode;
 - b. Kesesuaian metode Penentuan Harga Transfer dengan sifat dasar transaksi antar pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa, yang ditentukan berdasarkan analisis fungsional;

- c. Ketersediaan informasi yang handal (sehubungan dengan transaksi antar pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa) untuk menerapkan metode yang dipilih dan/atau metode lain;
 - d. Tingkat kesebandingan antara transaksi antar pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan transaksi antar pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa, termasuk kehandalan penyesuaian yang dilakukan untuk menghilangkan pengaruh yang material dari perbedaan yang ada”.
9. “Kondisi yang tepat dalam menerapkan Metode Perbandingan Harga antara pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*) antara lain adalah:
- a. Barang atau jasa yang ditransaksikan memiliki karakteristik yang identik dalam kondisi yang sebanding; atau
 - b. Kondisi transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan pihak-pihak yang tidak memiliki Hubungan Istimewa Identik atau memiliki tingkat kesebandingan yang tinggi atau dapat dilakukan penyesuaian yang akurat untuk menghilangkan pengaruh dari perbedaan kondisi yang timbul”.
10. “Kondisi yang tepat dalam menerapkan Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*) antara lain adalah:
- a. Tingkat kesebandingan yang tinggi antara transaksi antara Wajib Pajak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan transaksi antara Wajib Pajak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa, khususnya tingkat kesebandingan berdasarkan hasil analisis fungsi, meskipun barang atau jasa yang diperjualbelikan berbeda; dan
 - b. Pihak penjual kembali (*reseller*) tidak memberikan nilai tambah yang signifikan atas barang atau jasa yang diperjualbelikan”.
11. “Kondisi yang tepat dalam menerapkan Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*) antara lain adalah:

- a. Barang setengah jadi dijual kepada pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa;
 - b. Terdapat kontrak/perjanjian penggunaan fasilitas bersama (*joint facility agreement*) atau kontrak jual-beli jangka panjang (*long term buy and supply agreement*) antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa; atau
 - c. Bentuk transaksi adalah penyediaan jasa”.
12. “Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*) secara khusus hanya dapat diterapkan dalam kondisi sebagai berikut:
- a. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa sangat terkait satu sama lain sehingga tidak dimungkinkan untuk dilakukan kajian secara terpisah; atau
 - b. Terdapat barang tidak berwujud yang unik antara pihak-pihak yang bertransaksi yang menyebabkan kesulitan dalam menemukan data pembandingan yang tepat”.
13. “Kondisi yang tepat dalam menerapkan Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*) antara lain adalah:
- a. Salah satu pihak dalam transaksi Hubungan Istimewa melakukan kontribusi yang khusus; atau
 - b. Salah satu pihak dalam transaksi Hubungan Istimewa melakukan transaksi yang kompleks dan memiliki transaksi yang berhubungan satu sama lain”.
14. “Wajib Pajak wajib mendokumentasikan kajian yang dilakukan dan menyimpan buku, dasar catatan, atau dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku”.

“Pada dasarnya, penentuan harga atas transaksi penjualan kepada pihak berelasi akan cenderung berbeda dengan penjualan yang dilakukan kepada pihak ketiga karena disebabkan oleh adanya perbedaan kondisi terjadinya kedua transaksi tersebut yang tidak sebanding, oleh karena itu perusahaan harus menjelaskan kewajaran transaksi tersebut dalam *transfer pricing documentation*” (Pahlevi, dkk., 2019).

Transfer pricing documentation adalah suatu dokumentasi harga transfer yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk memudahkan otoritas pajak di suatu negara dalam mengatur standar pelaporan harga transfer perusahaan di negara tersebut. Peraturan *Transfer pricing documentation* sendiri diatur pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 213/PMK.03/2016 tentang “Jenis Dokumen Dan/Atau Informasi Tambahan Yang Wajib Disimpan Oleh Wajib Pajak Yang Melakukan Transaksi Dengan Para Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa, Dan Tata Cara Pengelolaannya, yang pada pasal 2 (dua) berisi”:

1. “Dokumen Penentuan Harga Transfer terdiri atas:
 - a. dokumen induk;
 - b. dokumen lokal; dan/ atau
 - c. laporan per negara”.
2. “Wajib Pajak yang melakukan Transaksi Afiliasi dengan:
 - a. nilai peredaran bruto Tahun Pajak sebelumnya dalam satu Tahun Pajak lebih dari Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah);
 - b. nilai Transaksi Afiliasi Tahun Pajak sebelumnya dalam satu Tahun Pajak:
 - 1) lebih dari Rp20.000.000.000,00 (dua puluh miliar rupiah) untuk transaksi barang berwujud; atau
 - 2) lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) untuk masing-masing penyediaan jasa, pembayaran bunga, pemanfaatan barang tidak berwujud, atau Transaksi Afiliasi lainnya; atau”
 - c. “Pihak Afiliasi yang berada di negara atau yurisdiksi dengan tarif Pajak Penghasilan lebih rendah dari pada tarif Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, wajib menyelenggarakan dan

menyimpan Dokumen Penentuan Harga Transfer sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b sebagai bagian dari kewajiban menyimpan dokumen lain sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan”.

3. “Wajib Pajak yang merupakan Entitas Induk dari suatu Grup Usaha yang memiliki peredaran bruto konsolidasi pada Tahun Pajak bersangkutan paling sedikit Rp 11.000.000.000.000,00 (sebelas triliun rupiah), wajib menyelenggarakan dan menyimpan Dokumen Penentuan Harga Transfer sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan huruf c sebagai bagian dari kewajiban menyimpan dokumen lain sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan”.
4. “Dalam hal Wajib Pajak dalam negeri berkedudukan sebagai anggota Grup Usaha dan entitas induk dari Grup Usaha merupakan subjek pajak luar negeri, Wajib Pajak dalam negeri wajib menyampaikan laporan per negara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c sepanjang negara atau yurisdiksi tempat Entitas Induk berdomisili:
 - a. tidak mewajibkan penyampaian laporan per negara;
 - b. tidak memiliki perjanjian dengan pemerintah Indonesia mengenai pertukaran informasi perpajakan; atau
 - c. memiliki perjanjian dengan pemerintah Indonesia mengenai pertukaran informasi perpajakan, namun laporan per negara tidak dapat diperoleh pemerintah Indonesia dari negara atau yurisdiksi tersebut”.
5. “Batasan nilai peredaran bruto dan nilai Transaksi Afiliasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dihitung dengan cara disetahunkan dalam hal Tahun Pajak diperolehnya peredaran bruto dan/ atau dilakukannya Transaksi Afiliasi meliputi jangka waktu kurang dari 12 (dua belas) bulan”.
6. “Dalam hal Wajib Pajak memiliki Transaksi Afiliasi namun tidak diwajibkan untuk menyelenggarakan dan menyimpan Dokumen Penentuan Harga Transfer berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), atau ayat (4), Wajib Pajak tetap diwajibkan untuk menerapkan

Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Afiliasi tersebut sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan”.

7. “Dalam hal Wajib Pajak telah mendapat izin Menteri Keuangan untuk menyelenggarakan pembukuan dengan menggunakan bahasa asing dan mata uang selain rupiah, batasan nilai uang dalam mata uang rupiah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) setara dengan nilai mata uang selain rupiah berdasarkan nilai kurs yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan untuk penghitungan pajak pada akhir Tahun Pajak”.
8. “Peredaran bruto sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), dan ayat (5) merupakan jumlah bruto dari penghasilan yang diterima atau diperoleh sehubungan dengan pekerjaan, usaha atau kegiatan utama Wajib Pajak sebelum dikurangi diskon, rabat, dan pengurang lainnya”.
9. “Penentuan Wajib Pajak yang wajib menyelenggarakan dan menyimpan Dokumen Penentuan Harga Transfer sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), dan ayat (5) adalah sesuai contoh sebagaimana tercantum dalam Lampiran huruf A yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini”.

Sejak berlakunya PMK 213 tersebut, maka seluruh wajib pajak (WP) yang mempunyai transaksi hubungan istimewa atau berelasi dan telah memenuhi ambang batas yang telah ditetapkan pada PMK 213, diharuskan untuk menyampaikan *transfer pricing document*.

2.3 Pajak

Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 1, 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” (pajak.go.id).

Menurut Mardiasmo (2016:3), “pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang melaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa, yang mana nantinya iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan bersama”. Menurut Smeets (2014:1) dalam Ardyansari dan Tobing (2017), “pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual, dimaksudkan untuk membiayai pengeluaran pemerintah”.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara oleh masyarakat yang bersifat wajib dengan imbalan tidak langsung dan digunakan untuk kepentingan negara. Tanggung jawab atas kewajiban pembayaran pajak adalah sebagai cerminan kewajiban kenegaraan dalam bidang perpajakan yang berada pada anggota masyarakat sendiri untuk memenuhi kewajiban tersebut, hal ini sesuai dengan sistem *self assessment* yang dianut dalam Sistem Perpajakan Indonesia (pajak.go.id).

Menurut Sudirman dan Amiruddin (2012) dalam Ardyansari dan Tobing (2017) sistem pemungutan pajak adalah metode atau tata cara pemungutan pajak atas obyek pajak. Adapun sistem pemungutan pajak meliputi:

1. *Self Assessment*

“Adalah sistem yang dianut Bangsa Indonesia sejak reformasi perpajakan yang dimulai 1984 dimana setiap WP diberikan wewenang/kepercayaan, untuk mendaftarkan diri, menghitung hutang pajaknya sendiri dan melaporkan hasil perhitungan pajaknya ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP)”.

Ciri-ciri sistem *self assessment* adalah:

- a. WP diberi wewenang menentukan besarnya pajak terutang,
- b. WP bersifat aktif,
- c. Aparat/ fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi saja.

2. *Official Assessment*

“Adalah sistem pemungutan pajak, yang jumlah pajak terutangnya ditetapkan/ ditentukan oleh aparat pajak atau fiskus (pemerintah)”.

Ciri-ciri sistem *Official Assessment* adalah:

- a. Fiskus/ aparat pajak berwenang menentukan besarnya pajak,
- b. WP bersifat pasif,
- c. Utang timbul setelah dikeluarkan Surat Ketetapan Pajak (SKP) oleh aparat pajak/fiskus.

3. *Withholding System*

“Adalah suatu sistem yang pemungutan pajaknya diberikan kepada pihak ketiga dalam menentukan besarnya pajak yang terutang”.

Ciri-ciri sistem *Withholding System*:

- a. Pihak ketiga berwenang menentukan besarnya pajak,
- b. WP dan fiskus bersifat pasif.

Menurut Mardiasmo (2016:4) dalam Siamena *et al* (2017), ada 2 (dua) fungsi pajak yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Fungsi yang paling utama dari pajak yaitu suatu fungsi dimana pajak digunakan sebagai alat ataupun sebuah sumber dalam meningkatkan pendapatan secara optimal ke kas negara, di negara Indonesia sendiri, banyak berbagai jenis pajak yang hal itu sudah diatur dalam konstitusi. Pajak dalam hal ini diperoleh dari penerimaan pajak, yang dapat digunakan untuk pembiayaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, serta pemeliharaan. Untuk hal pembangunan dikeluarkan dari tabungan pemerintah, yaitu penerimaan dalam negeri dikurangi dengan pengeluaran rutin. Pajak digunakan untuk melakukan pembangunan seperti dengan menyediakan fasilitas pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan pelayanan publik lainnya.

2. Fungsi Mengatur (*Regulair*)

Disebut juga sebagai fungsi mengatur adalah salah satu fungsi pajak yang digunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan

yang diinginkan, atau tujuan lain yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat banyak. Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Fungsi ini merupakan fungsi tambahan dikarenakan hal ini sebagai pelengkap dari fungsi pajak yang lain. Untuk mencapai tujuan tertentu, maka fungsi yang kedua ini sengaja diterapkan, untuk mengatur sehingga tercapai tujuan yang diinginkan. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk mengatur bagaimana masyarakat terlibat di dalam pendanaan pembangunan negara. Karena didefinisikan sebagai objek pengaturan, oleh sebab itu implementasi perpajakan selalu bersifat memaksa atau membebani seseorang untuk memenuhi kewajibannya. Fungsi mengatur antara lain memberikan proteksi terhadap barang produksi dalam negeri, pajak untuk mendorong ekspor, pajak untuk mengurangi konsumsi minuman keras, dan pajak untuk mengurangi beban wajib pajak itu sendiri.

Untuk dapat memenuhi fungsi mengatur pada pajak, pemerintah menerbitkan aturan-aturan perpajakan. Aturan ini yang dipakai sebagai dasar hukum bahwa seseorang atau badan merupakan wajib pajak (WP). Penerbitan aturan-aturan pajak tersebut akan selalu diperbaharui menyesuaikan dengan kondisi tertentu, salah satu contoh fungsi mengatur pada pajak adalah, pemerintah melakukan insentif berupa fasilitas PPh Final sebesar 0% atas tambahan penghasilan yang diterima sumber daya manusia di bidang kesehatan. Jadi, tenaga kesehatan yang bertugas memberikan pelayanan kesehatan untuk penanganan Covid-19 mendapatkan honorarium atau imbalan lainnya, dan dapat menerima penghasilan tambahan tersebut secara penuh karena dikenai PPh 0%. Selain itu fungsi mengatur pada pajak ialah pemerintah menetapkan tarif pajak yang tinggi untuk minuman keras, hal tersebut bertujuan agar berkurangnya konsumsi minuman keras pada masyarakat.

Menurut Mardiasmo (2016:7) pajak dapat di golongkan ke dalam beberapa kelompok, yaitu:

1. Menurut Golongannya

- a. “Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Pajak langsung dalam pungutannya bersifat teratur atau periodik”. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Pajak Kendaraan Bermotor.
- b. “Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain”. Pajak tidak langsung memiliki sifat yang tidak menentu, maka pemberlakuan pajak bergantung dari terjadinya tindakan. Dimana tindakan tersebut yang mengakibatkan munculnya kewajiban untuk membayar pajak. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Bea Masuk, dan Pajak Ekspor.

2. Menurut Sifatnya

- a. Pajak Subjektif, “yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak”. Pajak subjektif merupakan pungutan yang berasal dari orang pribadi dan telah ditetapkan sebagai Wajib Pajak dengan memiliki NPWP sebagai syarat administrasi untuk melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).
- b. Pajak Objektif, “yaitu pajak yang berpangkal atau memerhatikan objeknya, tanpa memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak, objek yang dimaksudkan yaitu berupa benda, keadaan, perbuatan, ataupun peristiwa yang dapat menyebabkan adanya utang pajak”. Pajak objektif dapat diperuntukkan bagi orang pribadi atau badan usaha yang memakai atau melaksanakan transaksi atas benda kena pajak. Contoh: Pajak Pertambahan

Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

3. Menurut Lembaga Pemungutnya

- 1) Pajak Pusat, “yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara”. Contoh: Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, dan Bea Materai.
- 2) Pajak Daerah, “yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota), dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah”.

Pajak daerah terdiri atas:

- a. “Pajak Provinsi, contoh: Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, dan Pajak Rokok”.
- b. “Pajak Kabupaten/Kota, contoh: Pajak hotel, Pajak restoran, Pajak hiburan, Pajak reklame, Pajak penerangan jalan, Pajak parkir dan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) perkotaan”.

Berdasarkan Kemenkeu.go.id, pajak yang dikelola oleh pemerintah pusat, yang dalam hal ini dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak antara lain:

1. Pajak Penghasilan (PPh) adalah, “pajak yang dikenakan atas setiap penghasilan yang diterima yang diperoleh Wajib Pajak, penghasilan dimaksud adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi dan menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan”. PPh sendiri dapat dikenakan pada wajib pajak orang pribadi, yang terbagi atas pegawai serta bukan pegawai maupun pengusaha, maupun PPh yang dibebankan atas penghasilan wajib pajak badan atau perusahaan. Pajak penghasilan

sendiri terbagi menjadi beberapa jenis sesuai dengan objek dan subjek yang dikenakan PPh. Berikut adalah jenis-jenis PPh, di antaranya:

a. Pajak Penghasilan (PPh) 21

“PPh Pasal 21 adalah pajak atas penghasilan sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan dengan nama dan dalam bentuk apa pun yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri”. Pemotongan PPh 21 wajib dilakukan oleh pemberi kerja, bendahara pemerintah, dana pensiun, dan badan yang membayar honorarium. Objek PPh 21 sendiri dapat berupa keuntungan usaha, gaji, honorarium, hadiah, hasil sewa rumah, bunga, deviden, royalti, komisi, gratifikasi, bonus dan lain sebagainya.

b. Pajak Penghasilan (PPh) 22

“PPh Pasal 22 adalah pajak penghasilan yang dikenakan kepada badan-badan usaha tertentu, baik milik pemerintah maupun swasta yang melakukan kegiatan perdagangan ekspor, impor dan re-impor”. Objek PPh 22 sendiri ialah impor barang dan ekspor barang komoditas tambang batu bara, mineral logam, dan mineral bukan logam yang dilakukan oleh eksportir, pembayaran atas pembelian barang yang dilakukan oleh bendahara pemerintah dan Kuasa Pengguna Anggaran (KPA) sebagai pemungut pajak pada Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Instansi atau lembaga Pemerintah, dan lembaga-lembaga negara lainnya, pembayaran atas pembelian barang dengan mekanisme uang persediaan (UP) yang dilakukan oleh bendahara pengeluaran, pembayaran atas pembelian barang kepada pihak ketiga dengan mekanisme pembayaran langsung (LS) oleh KPA atau pejabat penerbit surat perintah membayar yang diberi delegasi oleh KPA, pembayaran atas pembelian barang dan/atau bahan-bahan untuk keperluan kegiatan usahanya BUMN (Badan Usaha Milik Negara), penjualan hasil

produksi kepada distributor di dalam negeri oleh badan usaha yang bergerak dalam bidang usaha industri semen, industri kertas, industri baja, yang merupakan industri hulu, industri otomotif, dan industri farmasi, penjualan kendaraan bermotor di dalam negeri, penjualan bahan bakar minyak, bahan bakar gas, dan pelumas oleh produsen atau importir, pembelian bahan-bahan dari pedagang pengumpul untuk keperluan industrinya atau eksportnya oleh industri dan eksportir yang bergerak dalam sektor kehutanan, perkebunan, pertanian, peternakan, dan perikanan, penjualan barang yang tergolong sangat mewah yang dilakukan oleh wajib pajak badan.

c. Pajak Penghasilan (PPh) 23

PPh Pasal 23 adalah pajak penghasilan yang dikenakan atas modal, penyerahan jasa, atau hadiah dan penghargaan, selain yang telah dipotong PPh Pasal 21. Objek PPh 23 ialah Dividen, Bunga, Royalti, Hadiah, penghargaan, bonus, dan sejenisnya selain kepada Orang Pribadi, Sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta, kecuali sewa tanah dan/atau bangunan, Imbalan sehubungan dengan jasa industri, jasa manajemen, jasa konstruksi, jasa konsultan, dan jasa lain selain jasa yang telah dipotong PPh Pasal 21.

d. Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 4 Ayat 2 atau PPh Final

PPh Pasal 4 ayat 2 atau PPh Final adalah pajak penghasilan yang dikenakan atas beberapa jenis penghasilan yang didapatkan dan pemotongan pajaknya bersifat final serta tidak dapat dikreditkan dengan pajak penghasilan terutang, dan tidak dapat digabungkan dengan penghasilan lain. Bersifat final, berarti pemotongan pajaknya dilakukan hanya sekali dalam sebuah masa pajak. PPh Pasal 4 Ayat 2 dikenakan atas penghasilan bunga deposito serta tabungan lainnya, hadiah undian, transaksi saham, transaksi pengalihan harta, penghasilan tertentu lainnya.

e. Pajak Penghasilan (PPh) 24

PPh Pasal 24 adalah “pajak yang dibayar atau terutang di luar negeri atas penghasilan dari luar negeri yang diterima atau diperoleh wajib pajak dalam negeri, di mana pembayaran pajaknya bisa dikreditkan”. Sehingga jumlah pajak yang dibayar di Indonesia dapat dikurangi dengan jumlah pajak yang telah dibayarkan di luar negeri tersebut. Dengan demikian tidak terkena pajak berganda.

f. Pajak Penghasilan (PPh) 25

PPh Pasal 25 adalah “pajak yang dibayar secara angsuran setiap bulannya dalam tahun pajak berjalan dengan tujuan untuk meringankan beban wajib pajak, mengingat pajak yang terutang harus dilunasi dalam waktu satu tahun”. Pajak terutang yang dimaksud ialah PPh 21, PPh 22, PPh 23, PPh 24, dan PPh 26. Dasar perhitungan PPh 25 ialah profit, dan jika ada kelebihan bayar PPh 25 dapat dilakukan pemindahbukuan.

2. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah, pajak yang dipungut dari konsumen atas konsumsi setiap barang dan/atau jasa di dalam negeri. Pihak yang berkewajiban memungut, menyetor dan melaporkan PPN adalah para Pedagang/ Penjual. Namun, pihak yang berkewajiban membayar PPN adalah Konsumen Akhir. Objek Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atau yang dikenakan Pajak Pertambahan Nilai ialah Penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha, Impor Barang Kena Pajak, Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Ekspor Barang Kena Pajak berwujud atau tidak berwujud dan Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP). Pada prinsipnya setiap barang dan jasa dikenai PPN, kecuali yang ditetapkan lain oleh Undang-Undang, misalnya kebutuhan pokok seperti beras. Tarif umum Pajak

Pertambahan Nilai (PPN) ialah 10%, namun mulai 1 April 2022 tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) akan naik menjadi 11%. Kebijakan ini sendiri mempertimbangkan kondisi masyarakat dan dunia usaha yang masih belum sepenuhnya pulih dari dampak pandemi Covid-19.

3. Pajak Penjualan atas Barang yang tergolong Mewah (PPnBM) adalah, pajak yang dikenakan terhadap konsumsi barang-barang yang tergolong mewah yang dipergunakan pemerintah untuk memungut pajak dari masyarakat yang relatif memiliki kemampuan daya beli yang besar, sehingga menciptakan keseimbangan pajak, karena PPnBM tidak menyasar masyarakat yang memiliki pendapatan rendah. PPnBM hanya dikenakan 1 kali pada saat penyerahan barang ke produsen, dan tarif PPnBM ditetapkan paling rendah 10% dan paling tinggi 200%. Tujuan penerapan PPnBM sendiri adalah karena diperlukan nya keseimbangan pembebanan pajak antara konsumen yang berpenghasilan rendah dan konsumen yang berpenghasilan tinggi, perlu adanya pengendalian pola konsumsi atas BKP (Barang Kena Pajak) yang tergolong mewah, perlunya perlindungan terhadap produsen kecil atau tradisional, dan untuk mengamankan penerimaan negara. “Barang tersebut bisa dikatakan tergolong mewah jika:

- a. Barang tersebut bukan merupakan kebutuhan pokok,
- b. Barang tersebut dikonsumsi oleh masyarakat tertentu,
- c. Barang tersebut dikonsumsi oleh masyarakat berpenghasilan tinggi,
- d. Barang tersebut dikonsumsi untuk menunjukkan status”.

4. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah, pajak yang dikenakan atas kepemilikan atau pemanfaatan bumi dan/atau bangunan. Subjek PBB adalah orang pribadi dan badan yang secara nyata memiliki hal-hal seperti: mempunyai hak atas bumi, memperoleh manfaat atas bumi, memiliki bangunan, menguasai bangunan, dan memperoleh manfaat atas bangunan. Objek Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) ialah “tanah atau bangunan yang wajib dipungut pajak. Objek bumi dalam PBB

meliputi sawah, ladang, kebun, tanah, pekarangan, dan tambang. Sementara objek bangunan meliputi rumah tinggal, bangunan usaha, gedung bertingkat, pusat perbelanjaan, pagar mewah, kolam renang, dan jalan tol". Tarif Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sendiri ialah sebesar 0,5%.

5. Bea Materai adalah, "pajak yang dikenakan atas pemanfaatan dokumen-dokumen tertentu, atau Bea meterai merupakan pajak atas dokumen yang terutang sejak saat dokumen tersebut ditandatangani oleh pihak-pihak yang berkepentingan, atau diserahkan kepada pihak lain jika dokumen itu hanya dibuat oleh satu pihak". Contohnya seperti surat berharga, kuitansi pembayaran yang menyebutkan jumlah uang, surat perjanjian, akta-akta notaris termasuk salinannya, akta yang dibuat oleh Pejabat Pembuat Akta Tanah, surat-surat lain yang digunakan sebagai alat pembuktian di depan pengadilan, dan sebagainya. Tarif umum bea materai mulai 1 Januari 2021 yang berlaku adalah Rp 10.000. Bea materai dikenakan atas dokumen yang dibuat sebagai alat untuk menerangkan mengenai suatu kejadian yang bersifat perdata, dan dokumen yang digunakan sebagai alat bukti di pengadilan. Dokumen yang bersifat perdata sendiri meliputi:

- a. Surat perjanjian, surat keterangan, surat pernyataan, atau surat lainnya yang sejenis, beserta rangkاپnya;
- b. Akta notaris beserta salinan dan kutipannya;
- c. Akta Pejabat Pembuat Akta Tanah beserta Salinan dan kutipannya;
- d. Surat berharga dengan nama dan dalam bentuk apa pun;
- e. Dokumen transaksi surat berharga, termasuk dokumen transaksi kontrak berjangka;
- f. Dokumen lelang;
- g. Dokumen yang menyatakan jumlah uang dengan nilai nominal lebih dari Rp 5.000.000 yang menyebutkan penerimaan uang,

atau berisi pengakuan bahwa utang seluruhnya atau sebagiannya telah dilunasi atau diperhitungkan;

h. Dokumen lain yang diterapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Penerimaan pajak merupakan suatu hal yang sangat penting untuk suatu negara, karena besar kecilnya penerimaan pajak itu akan mempengaruhi pendapatan negara, oleh sebab itu pemerintah Indonesia selalu menaikan target penerimaan pajak dari tahun ke tahun, dan di Indonesia sendiri telah banyak perusahaan yang tergolong sebagai WP badan dari berbagai macam sektor industri. Semakin besar penghasilan yang diperoleh berarti semakin besar beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan (Wardani, 2018). Besarnya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan membuat laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan menjadi berkurang. Hal ini, membuat wajib pajak akan berusaha untuk menekankan pembayaran pajaknya menjadi serendah mungkin, agar laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan tetap besar dan menguntungkan perusahaan.

Perusahaan dalam usaha menekankan pembayaran pajak sering kali melakukan perencanaan pajak. Perencanaan pajak (*tax planning*) merupakan upaya untuk meminimalkan pajak secara legal. *Tax planning* adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh Wajib Pajak (WP) untuk menyusun aktivitas keuangan guna mendapat pengeluaran (beban) pajak yang minimal. Menurut William H. Hoffman dalam buku berjudul *The Accounting Review* (1961) menyebutkan, “*tax planning* merupakan upaya wajib pajak mendapat penghematan pajak (*tax saving*) melalui prosedur penghindaran pajak (*tax avoidance*) secara sistematis sesuai ketentuan UU Perpajakan”. Menurut Pohan (2017:20), “manfaat yang bisa diperoleh dari perencanaan pajak yang dilakukan secara cermat adalah penghematan kas keluar, karena beban pajak merupakan unsur biaya yang dapat dikurangi, mengatur aliran kas masuk dan keluar (*cash flow*), dengan perencanaan pajak yang matang dapat diperkirakan kebutuhan kas untuk pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat”. Beberapa tujuan perusahaan dalam melakukan *tax planning* ialah untuk memperkecil pengeluaran perusahaan dalam membayar pajak, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih efisien.

Selain itu adalah untuk memperhitungkan dan menyiapkan pembayaran pajak sesuai peraturan yang berlaku agar tidak timbul sanksi atau denda yang justru memperbesar pengeluaran pajak, bukan untuk mengelak membayar pajak tetapi untuk mengatur agar pajak yang dibayar tidak lebih dari jumlah yang seharusnya.

Menurut Rioni (2019), “upaya penghematan beban pajak dapat dilakukan dengan cara legal maupun illegal, salah satu cara legal yang dapat dilakukan wajib pajak adalah melalui perencanaan pajak (*tax planning*) tanpa harus melanggar peraturan yang berlaku dengan memanfaatkan celah-celah hukum yang ada”. Syarat melakukan *tax planning* adalah, tidak melanggar peraturan perpajakan yang ada, karena jika melanggar akan menimbulkan risiko bagi wajib pajak (WP) yang membuat perencanaan pajak (*tax planning*) gagal dan berpotensi menimbulkan denda atau sanksi pajak lainnya, selanjutnya ialah tidak memalsukan bukti pendukung atau data-data yang dibutuhkan dalam melakukan pembayaran pajak, serta masuk akal secara bisnis, karena jika tidak masuk akal maka perencanaan pajak (*tax planning*) akan melemahkan perencanaan itu sendiri. Strategi perencanaan pajak (*tax planning*) sendiri dapat dilakukan melalui pemanfaatan *grey area* perpajakan. Menurut Binsarjono (2008:31) dalam Lazuardi (2018), “*grey area* dalam perpajakan adalah keadaan, transaksi atau kejadian yang dicurigai atau diindikasikan akan terekspos oleh peraturan perpajakan, akan tetapi tidak ada peraturan perpajakan yang berlaku saat ini yang bisa diterapkan terhadap hal tersebut”. Dalam menghindari pajak (*tax avoidance*) wajib pajak dapat memanfaatkan peluang-peluang (*loopholes*) yang ada dalam undang-undang perpajakan, sehingga dapat membayar pajak yang lebih rendah, maka dari itu menurut Robin (2012) dalam Sudirman (2018), “pengetahuan yang memadai mengenai perpajakan merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk menentukan *loopholes* yang menguntungkan karena bagaimanapun lengkapnya suatu peraturan, belum tentu dapat mencakup semua aspek”.

Dalam menghemat pajak perusahaan, menurut Saputra (2020), ada 3 (tiga) cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghemat jumlah beban pajak, yaitu *tax avoidance* adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan

aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan. *Tax Evasion* merupakan kebalikan dari *tax avoidance*, yaitu upaya penghindaran pajak dilakukan secara ilegal dan tidak aman bagi wajib pajak, dan cara penyelundupan pajak ini bertentangan dengan ketentuan perpajakan. *Tax Saving* adalah suatu tindakan penghematan pajak yang dilakukan oleh wajib pajak secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan.

Tindakan *tax planning* yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara penghindaran pajak (*tax avoidance*) menggunakan metode *gross up* pada tunjangan PPh 21. Menurut Nareswari (2019), “metode *gross up* adalah metode dimana perusahaan memberikan tunjangan pajak yang besarnya sama dengan PPh 21 terutang. Manfaatnya adalah tunjangan pajak dapat dibiayakan atau sebagai pengurang penghasilan bruto perusahaan. Menggunakan metode *gross up* maka perusahaan mendapat manfaat yaitu laba kena pajak perusahaan akan menurun, maka beban pajak perusahaan pun akan ikut menurun (*tax saving*) dan penghasilan yang diterima oleh karyawan tidak berkurang karena PPh 21”.

Menurut Rachmat (2019), “motivasi pajak dalam *transfer pricing* pada perusahaan multinasional adalah dengan cara memindahkan kewajiban perpajakannya ke negara dengan tarif pajak rendah, dimana perusahaan memiliki grup atau divisi yang beroperasi di negara tersebut”.

Pajak dalam penelitian ini pajak diprosikan dengan *effective tax rate* (ETR) dimana ETR adalah sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Ardyansah (2014) dalam Saraswati dan Sujana (2017), “ETR sering dipergunakan sebagai landasan oleh *stakeholder* dalam pengambilan keputusan dan memutuskan kebijakan serta untuk mengetahui tata kelola perpajakan yang diterapkan oleh suatu entitas”.

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.4 Pengaruh Pajak Terhadap Transfer Pricing

Dalam lingkungan perusahaan multinasional akan timbul transaksi hubungan istimewa dimana terjadi transaksi antar sesama anggota perusahaan atau dalam satu

grup (*intra-group transaction*). Hal tersebut dapat menimbulkan adanya indikasi dilakukannya praktik *transfer pricing* untuk penghindaran pajak, karena dilakukan dengan pihak istimewa maka penetapan harga jual dapat terjadi secara tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Saraswati dan Sujana, 2017).

Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah, sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di negara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit (Ginting, dkk, 2019).

Hasil penelitian Saraswati & Sujana (2017), dan Wijaya & Amalia (2020), menunjukkan variabel pajak “berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Sedangkan hasil penelitian Refgia (2017) menunjukkan “pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.5 Mekanisme Bonus

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bonus adalah upah tambahan di luar gaji atau upah sebagai gaji, upah ekstra yang dibayarkan kepada karyawan. Bonus adalah imbalan yang diberikan secara langsung kepada karyawan disebabkan karena adanya keuntungan yang diperoleh perusahaan, dapat bersifat tetap dan variabel (Batjo dan Shaleh, 2018:94). Menurut Sukma (2018), mekanisme bonus adalah “kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang di targetkan perusahaan”. Prestasi kerja yang dilakukan dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara objektif (Kurniawan, 2019).

Menurut Mineri & Paramitha (2021), pemberian bonus ditentukan oleh pemimpin perusahaan yang terkadang disesuaikan dengan posisi jabatan, seperti bonus yang di berikan kepada manajer atau direksi perusahaan, dimana biasanya bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi tersebut dapat berupa komisi,

tunjangan, intensif penjualan dan lainnya. Pemberian bonus sendiri tidak hanya didasarkan pada perolehan besarnya laba pada setiap periode, namun dapat juga pada kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, sehingga pihak direksi cenderung akan menunjukkan kinerjanya terhadap pemilik perusahaan untuk memperoleh sebuah penghargaan atau bonus (Rachmat, 2019).

Mekanisme Bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen kunci dengan melihat laba secara keseluruhan. Menurut PSAK 24 revisi (2016), dalam imbalan kerja menjelaskan bonus merupakan imbalan kerja jangka pendek yang jatuh tempo kurang lebih 12 bulan, yang diberikan oleh perusahaan atau pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi, uang di anggap mempunyai kinerja baik setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba. Namun, menurut Agustina (2019), “mekanisme pemberian bonus tersebut akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba, dimana direksi atau manajemen kunci akan memaksimalkan laba bersih untuk memaksimalkan bonus yang didapatnya”.

Dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan imbalan kepada direksi atau manajemen kunci yang di anggap mempunyai kinerja baik dengan melihat laba perusahaan. Dalam penelitian ini mekanisme bonus di ukur dengan dengan *index trend* laba bersih. Menurut Irpan (2011) dalam Ginting, dkk, (2019) *index trend* laba bersih di hitung dengan cara:

$$\text{Mekanisme Bonus} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

2.6 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi atau manajemen kunci cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. “Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi atau subunit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan” (Refgia, 2017).

Untuk memaksimalkan bonus, direksi atau manajemen kunci cenderung melakukan perekayasa laba untuk memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi untuk menaikkan laba dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* (Ayshinta, dkk, 2019). Dengan adanya kebijakan bonus yang tepat, pemilik perusahaan berharap manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi pembayaran pajak serta meningkatkan laba perusahaan.

Jika nilai mekanisme bonus suatu perusahaan rendah, artinya laba bersih tahun berjalan yang diperoleh perusahaan tersebut mengalami penurunan dibandingkan dengan laba bersih perusahaan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan bonus yang didapatkan oleh direksi atau manajemen kunci menjadi rendah. Hal ini membuat direksi atau manajemen kunci perusahaan berinisiatif untuk melakukan rekayasa terhadap laporan keuangan dengan meningkatkan laba perusahaan tersebut, yang dapat dilakukan dengan melakukan penjualan dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi ke pihak berelasi. Dengan tingginya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi tinggi, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun tinggi.

Hasil penelitian Melmusi (2016) dan Anggraini (2019) menunjukkan “mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Dan hasil penelitian Tania dan Kurniawan (2019) menunjukkan “mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

2.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Muiz dan Heni (2018), “Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva”. Khotimah (2017) menyatakan bahwa, “berdasarkan ukurannya perusahaan dibagi menjadi perusahaan kecil dan besar, dimana perusahaan yang besar memiliki sistem manajemen yang lebih

kompleks dan memiliki laba yang lebih tinggi pula”. Salah satu tolak ukur yang dapat menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan ialah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 53/POJK.04/2017 ukuran suatu perusahaan dapat dikatakan berskala kecil jika memiliki total aset tidak lebih dari Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah). Ukuran suatu perusahaan dapat dikatakan skala menengah jika memiliki total aset lebih dari Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah) sampai dengan Rp 250.000.000.000 (dua ratus lima puluh miliar rupiah). Dan ukuran suatu perusahaan dapat dikatakan berskala besar jika memiliki total aset lebih dari Rp 250.000.000.000 (dua ratus lima puluh miliar rupiah).

Definisi aset menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No, 16 revisi tahun 2011 adalah semua kekayaan yang dimiliki perusahaan atau seseorang baik berwujud atau tidak berwujud yang bernilai atau berharga yang akan mendatangkan manfaat bagi perusahaan atau seseorang tersebut. Sesuatu yang memiliki nilai ekonomis dan memberi manfaat bagi perusahaan dinamakan sebagai aset (Weygandt, *et al*, 2011).

Menurut Weygandt, Kimmel and Kieso (2007) aset diklasifikasikan ke dalam empat bagian, yaitu:

1. Aset Lancar (*Current Assets*), adalah kas dan sumber daya lain yang diharapkan dapat diubah menjadi kas atau dijual atau dipakai untuk kegiatan bisnis dalam jangka waktu satu tahun dari tanggal neraca atau paling lama selama siklus operasi perusahaan.
2. Investasi jangka panjang (*Long Term Investment*), merupakan sumber daya yang dapat diubah menjadi kas. Akan tetapi, pengubahan menjadi bentuk kas tidak dapat diharapkan dalam waktu satu tahun atau terlebih lagi selama siklus operasi. Selain itu investasi jangka panjang tidak diperuntukkan dalam kegiatan bisnis perusahaan. Kelompok ini sering disebut sebagai “investasi” yang umumnya meliputi saham dan obligasi dari perusahaan lain.
3. Aset Tetap (*Property, Plant and Equipment*), merupakan sumber daya berwujud yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan bisnis dan tidak

ditujukan untuk dijual. Kelompok ini meliputi tanah, bangunan, mesin dan peralatan, peralatan pengiriman, serta perabot dan furnitur.

4. Aset Tidak Berwujud (*Intangible Assets*), merupakan sumber daya tidak lancar yang tidak memiliki wujud fisik. Aset tidak berwujud meliputi hak paten, hak cipta, dan merk dagang atau merk nama yang memberikan hak eksklusif untuk menggunakan hak tersebut dalam periode waktu tertentu.

Surbakti (2012) dalam Refgia (2017) mengungkapkan bahwa, “perusahaan yang memiliki total aktiva 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 lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil”. Ukuran perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dan kestabilan perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya (Leksono, dkk, 2019). Menurut Prabaningrum, dkk, (2021), “ukuran perusahaan menjadi dasar investor dalam menanamkan modalnya, karena akan berhubungan dengan resiko investasi yang dilakukan oleh para calon investor 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 lama”.

Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset perusahaan tersebut. Dan semakin besar suatu perusahaan menunjukkan prospek yang baik untuk perusahaan tersebut, yang dapat menarik para calon investor untuk menanamkan modal. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aset. Menurut Agustina (2019), “ukuran perusahaan diprosikan dengan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan dengan menggunakan *logaritma natural* dari nilai total aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam laporan posisi keuangan”.

Ukuran perusahaan diukur dengan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset})$$

2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing

Ukuran perusahaan dapat menunjukkan identitas dari suatu perusahaan baik skala kecil maupun skala besar. “Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut” (Khotimah, 2017 dalam Cledy dan Muhammad, 2020).

Semakin besar aset suatu perusahaan maka kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen (Ratsianingrum, dkk 2020). Aset merupakan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang digunakan sebagai proses bisnis atau pengelolaan bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan. Besarnya aset dijadikan sebagai tolak ukur bagi prinsipal dalam melakukan kegiatan investasinya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, menjadikan perusahaan tersebut mendapatkan perhatian lebih oleh pihak eksternal seperti pemerintah, investor maupun masyarakat, yang membuat perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk berlaku patuh dan kurang memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba yang dapat menimbulkan potensi terjadinya *transfer pricing*.

Pada hasil penelitian Afifah (2020) menunjukkan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Hasil penelitian Ratsianingrum (2020) menunjukkan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha₃: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*

2.9 Profitabilitas

Menurut Weygandt, dkk, (2019) “rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur pendapatan atau keberhasilan dari kegiatan operasi perusahaan dalam periode waktu tertentu”. Pengukuran kinerja perusahaan terutama profitabilitas diperlukan untuk memenuhi perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan (Anisyah, 2018).

Menurut Kasmir (2016:196), “rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”. Tingkat profitabilitas yang konsisten akan menjadi tolak ukur bagaimana perusahaan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh laba (*return*) yang memadai apabila dibandingkan dengan risikonya (Nukmaningtyas dan Worokinasih, 2018).

Menurut Permana (2021) terdapat empat rasio profitabilitas, meliputi:

1. *Return on assets (ROA)*, merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang dimiliki. *Return on Assets (ROA)* mengukur tingkat kembalian aset yang telah dilakukan oleh perusahaan, baik dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut maupun dengan menggunakan dana yang berasal dari pemilik. Rumus perhitungan *Return on assets (ROA)* adalah:

$$\text{Return on assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aktiva}} \times 100$$

2. *Return on equity (ROE)*, merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus perhitungan *Return on equity (ROE)* adalah:

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal}} \times 100$$

3. *Net profit margin (NPM)*, merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari penjualan perusahaan. Rumus perhitungan *Net profit margin (NPM)* adalah:

$$\text{Net profit margin (NPM)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100$$

4. *Gross profit margin (GPM)*, merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan membagi laba sebelum pajak dengan penjualan.

$$\text{Gross profit margin (GPM)} = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100$$

Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan

dalam kegiatan operasionalnya ingin memiliki laba yang positif, karena apabila laba perusahaan positif hal tersebut mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik, karena bisa menghasilkan keuntungan. Tetapi sebaliknya, bila laba perusahaan negatif maka kinerja perusahaan tersebut harus dipertanyakan, karena tidak menghasilkan keuntungan dan dapat menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan tersebut apabila berkelanjutan. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on assets (ROA)*. Setiap perusahaan berusaha agar nilai *ROA* perusahaan tinggi, karena *ROA* yang tinggi mengindikasikan semakin baik perusahaan dalam menggunakan aset perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Dalam Deanti (2017), “Perusahaan dalam pelaksanaannya ingin mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya namun tidak ingin membayarkan pajak yang besar kepada negara, agar tidak mengurangi keuntungan besar yang dimiliki oleh perusahaan”. Menurut Cahyadi & Noviani (2018) *Return on assets (ROA)* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata-rata Total Aset}}$$

2.10 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari aset yang digunakan baik aset lancar maupun aset tetap. Namun jika suatu perusahaan memperoleh laba yang tinggi, hal ini akan membuat perusahaan membayar pajak yang besar, karena semakin tinggi laba perusahaan maka semakin tinggi pula beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan ke negara. Maka dalam hal ini perusahaan akan cenderung mencari cara untuk menghindari hal tersebut, salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*.

Apabila profitabilitas perusahaan tinggi, maka indikasi terjadinya *transfer pricing* akan tinggi, karena beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan menjadi tinggi. Hal tersebut membuat perusahaan memiliki motivasi untuk melakukan pengurangan beban pajak dengan pemindahan laba yaitu melakukan penjualan ke pihak berelasi yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah dengan kuantitas besar namun harga yang rendah dengan tujuan mengalihkan keuntungan kepada pihak berelasi untuk mengurangi pembayaran pajak. Dengan tingginya

jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi pun akan meningkat.

Pada hasil penelitian Sari & Mubarak (2018) menunjukkan bahwa “profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Namun hasil penelitian Agustina (2019) menunjukkan bahwa “profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*”.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha₄: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.11 Tunneling Incentive

Tunneling merupakan tindakan pemegang saham pengendali dalam mengalihkan aktiva dan keuntungan perusahaan dimana pemegang saham minoritas juga ikut menanggung beban biaya padahal transfer tersebut hanya menguntungkan pemegang saham pengendali (Mutamimah dalam Sujana dan Saraswati, 2017). Menurut Khotimah (2018), *tunneling incentive* adalah kegiatan pentransferan aset dan/atau pembagian keuntungan dan/atau pemberian hak-hak istimewa yang langsung diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa memperhatikan hak-hak pemegang saham minoritas. Pemegang saham pengendali menurut PSAK No. 15 adalah entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan (Indrasti, 2016).

“*Tunneling incentive* merupakan kegiatan pemindahan sumber daya, baik aset, pembagian keuntungan dan pemberian hak istimewa yang diberikan oleh pemegang saham mayoritas kepada pemegang saham minoritas untuk memperoleh keuntungan bagi pemegang saham mayoritas dan memberi dampak merugi pada pemegang saham minoritas” (Deanti, 2017).

Pada perusahaan-perusahaan Asia terutama di Indonesia, perusahaan-perusahaan menggunakan struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Menurut Refgia (2017), “struktur kepemilikan terkonsentrasi cenderung menimbulkan konflik kepentingan antara pemegang saham pengendali dan manajemen dengan pemegang saham non pengendali”. Menurut Mulyani, dkk (2020), kepemilikan

saham yang terkonsentrasi menimbulkan hak kendali dan memberikan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan ekspropriasi terhadap hak pemegang saham non-pengendali melalui kegiatan *tunneling*. Ekspropriasi adalah tindakan penggunaan hak kontrol yang dimiliki pemegang saham pengendali untuk mendapatkan manfaat privat dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham non pengendali (Claessens *et al*, 2000 dalam Siswantaya, 2021).

Menurut Mineri (2021), *tunneling* dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer menggunakan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya sekalipun mereka sudah tidak berkompeten lagi dalam menjalankan usahanya atau dalam menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak terafiliasi. Dengan dilakukannya praktik *tunneling* pada perusahaan tentu akan membuat pemegang saham minoritas merugi, karena deviden yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Refgia, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham pengendali yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan pengendali sendiri, namun pemegang saham minoritas tetap ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan. Perhitungan *tunneling incentive* diperoleh dengan rumus berikut:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.12 Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Tunneling incentive muncul karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas, hal ini dikarenakan pemegang saham mayoritas lebih mengendalikan sepenuhnya manajemen suatu perusahaan atau anak perusahaan (Rosa, dkk, 2017). Hal yang menyebabkan timbulnya masalah keagenan ini yaitu lemahnya perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan

tindakan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Khotimah, 2018). Gilson dan Gordon (2003) dalam Sujana dan Saraswati (2017) menyatakan, ada beberapa langkah yang bisa ditempuh *majority shareholder* untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui kontrol kebijakan operasi perusahaan seperti dividen, bonus, gaji, dan tunjangan dan langkah untuk mendapat keuntungan pribadi melalui kebijakan kontraktual antara lain dengan *tunneling*.

Menurut La Porta, dkk, (2000) dalam Sujana dan Saraswati (2017), “*tunneling* dapat dilakukan dengan melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan dengan pemegang saham mayoritas yang dilakukan dengan menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi”. Akibat dari adanya kondisi ini, maka pemegang saham mayoritas dapat dengan mudah untuk melakukan tindakan-tindakan negatif seperti melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dengan mudah terjadi melalui upaya untuk memindahkan aset atau laba yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan menjadi lebih rendah (Jafri dan Mustikasari, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) menunjukkan “bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Hasil Penelitian Afifah (2020), menunjukkan bahwa “*tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*”.

Berdasarkan teori yang telah diuraikan, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

Has: *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.13 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Model Penelitian

