## BAB II

## KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab II peneliti akan mengkaji landasan teori yang terkait dengan penelitian seperti teori utama penelitian (*grand theory*), teori *transfer pricing*, teori pajak, teori *tunneling incentive*, dan teori mekanisme bonus. Pembahasan lebih lanjut mengenai teori-teori tersebut dicantumkan pada sub-bab landasan teoritis. Penelitian yang dilakukan berasal dari beberapa jurnal dan buku yang akan dicantumkan pada penelitian terdahulu.

Setelah peneliti memaparkan landasan teori dan penelitian terdahulu, peneliti akan membuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola penelitian yang akan diteliti. Setelah itu peneliti akan membuat hipotesis–hipotesis yang berisikan keterkaitan variabel independen dengan variabel dependen.

## Landasan Teoritis

### Teori Yang Berkaitan

#### Teori Agency (Agency Theory)

Menurut Jensen & Meckling (1976), keagenan adalah hubungan kontrak antara manajemen yang disebut *agency* dan pemegang saham yang disebut sebagai *principal*. Dalam hal ini agen adalah manajemen perusahaan yang mengelola harta pemilik. Sedangkan *principal* merupakan pemilik perusahaan/pemegang saham. *Principal* mempercayakan agen untuk mengelola perusahaan karena semakin besar dan kompleks tidak dapat dioperasikan seluruhnya oleh *principal*. *Principal* memberikan timbal balik berupa gaji, bonus, tunjangan dan kompensasi lainnya kepada agen. Sedangkan *principal* mengharapkan timbal balik berupa peningkatan produktivitas perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Namun terkadang agen tidak bekerja sesuai yang diharapkan oleh *principal*. Terkadang agen cenderung meningkatkan kesejahteraan diri sendiri dan cenderung bekerja untuk memperkaya keuntungan diri sendiri. Dalam hal jelas bahwa terdapat pemisahan kepentingan antara *agency* dan juga *principal*.

Jensen & Meckling (1976) menjelaskan juga hubungan keagenan didalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomi (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut.

Selain itu juga terdapat perilaku oportunis manajemen dalam jangka pendek untuk memakmurkan dirinya. Dalam hal ini, mekanisme bonus dapat menjadi salah satu motif manajemen untuk melakukan perilaku oportunis tersebut yang dapat berupa manipulasi atas laba yang mendasari perhitungan pembagian bonus tersebut. Tingkah laku tersebut tentu akan merugikan pemegang saham.

Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan (McColgan, 2001) yaitu :

* + 1. Moral Hazard

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan yang berskala besar dan berkompleksitas tinggi. Seorang manajer akan melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang dapat melanggar kontrak dan sebenarnya secara norma dan etika tidak layak dilakukan.

* + 1. Penahanan Laba

Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (*agent*) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan bagi dirinya sendiri. Namun hal ini dapat merugikan kesejahteraan pemegang saham.

* + 1. Horizon Waktu

Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas dengan menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti. Sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal–hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

* + 1. Penghindaran Risiko Manajerial

Konflik yang berkaitan dengan penghindaran resiko manajerial muncul karena kendala diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya. Sehingga manajer akan berusaha meminimalkan resiko saham perusahaan dengan menghindari keputusan investasi yang akan meningkatkan resiko. Penghindaran resiko manajerial akan mempengaruhi suatu kebijakan pengelolaan keuangan perusahaan. Manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang. Karena dikhawatirkan mengalami kebangkrutan atau kegagalan. Keputusan perusahaan untuk melakukan aktivitas *transfer pricing* juga merupakan salah satu masalah keagenan.

#### Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif berhubungan dengan prediksi yaitu suatu tindakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh perusahaan dan bagaimana perusahaan akan merespon untuk mengajukan standar akuntansi yang baru. Teori akuntansi positif menjelaskan mengapa perusahaan memilih kebijakan akuntansi sebagai bagian dari permasalahan yang mendalam dari meminimalkan biaya kontrak dan untuk mencapai efisiensi corporate governance (Fauziah & Saebani, 2018).

Teori ini menguraikan alasan perusahaan memilih menggunakan kebijakan akuntansi yang optimal sebagai bagian dari permasalahan untuk meminimalkan biaya kontrak dan mencapai efisiensi tata kelola perusahaan. Kebijakan akuntansi yang digunakan setiap perusahaan berbeda antara satu sama lain. Perusahaan akan memilih kebijakan akuntansi yang dapat meminimalisir biaya komtrak (Lasdi, 2008).

Menurut Fauziah & Saebani (2018), Teori akuntansi positif juga dapat dijadikan acuan yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana prosedur akuntansi yang dipilih manajer sehingga dapat memaksimalkan laba untuk mengejar bonus yang ditetapkan oleh pemilik perusahaan. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas laba perusahaan secara keseluruhan maka wajar apabila manajer melaporkan laba bersih setinggi mungkin.

Selain itu akuntansi positif dapat menjadi indikator prosedur akuntansi yang dipilih manajer dengan tujuan memaksimalkan laba yang termasuk bonus bagi dirinya (Saraswati, 2017).

Terdapat tiga hipotesis menurut Watts & Zimmerman (1990):

1. Hipotesis Rencana Bonus

Dalam hipotesis ini, semua hal lain dalam keadaan tetap, manajemen perusahaan cenderung memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini.

Hipotesis ini tampaknya cukup beralasan, manajer perusahaan menginginkan bonus yang besar. Jika bonus mereka bergantung, pada pendapatan bersih yang dilaporkan, maka kemungkinan mereka dapat meningkatkan bonus pada periode tersebut dengan cara melaporkan pendapatan bersih (*earning after tax*) setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut. Akibatnya hal ini akan cenderung menyebabkan penurunan pada laba dan bonus-bonus yang dilaporkan pada masa yang akan datang, dengan faktor-faktor lain yang akan tetap sama.

1. Hipotesis Kontrak Hutang

Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap. Hipotesis ini berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi perusahaan dalam perjanjian hutang. Sebagian perjanjian hutang memiliki syarat yang harus dipenuhi selama masa perjanjian.

Semakin perusahaan dekat terhadap pelanggaran akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini.

Pelanggaran terhadap perjanjian hutang akan menimbulkan biaya dan dapat menghambat kinerja manajemen. Karena sebagian besar perjanjian hutang berisi kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian. Jika kesepakatan tersebut dikhianati, perjanjian hutang tersebut dapat memberi-kan/mengeluarkan penalti, seperti pembatasan dividen atau tambahan pinjaman.

1. Hipotesis biaya politik

Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin besar biaya politik yang mesti ditanggung oleh perusahaan, maka manajemen cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang dapat mengurangi laba.

Perusahaan yang ukurannya sangat besar akan dikenakan standar kinerja yang lebih tinggi dengan kewajiban terhadap lingkungan, karena perusahan yang memiliki tingkat laba tinggi dinilai akan mendapat perhatian yang luas dari konsumen dan media yang akan menarik perhatian pemerintah dan regulator. Jika perusahaan besar juga cendering meraih profit yang tinggi, maka biaya politik cenderung lebih besar.

Perusahaan-perusahaan tersebut kemungkinan juga akan mengeluarkan biaya politik pada poin-poin waktu tertentu. Persaingan luar negeri mungkin mengarah pada menurunnya profitabilitas kecuali perusahaan yang terkena dampaknya ini bisa mempengaruhi proses politik untuk bisa melindungi kebijakan impor secara keseluruhan. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan mengadopsi kebijakan akuntansi menurunkan pendapatan (*income-decreasing*) dalam rangka mengilusikan laporan keuangan kepada pemerintah bahwa profit sedang turun.

### *Transfer pricing*

1. **Definisi Transfer Pricing**

Menurut Mangoting (2000), *transfer pricing* seringkali dikaitkan dengan praktik rekayasa harga yang dilakukan secara sistematis bertujuan untuk mengurangi laba yang akan berpengaruh dalam strategi mengurangi jumlah pajak yang akan dibayarkan pada suatu negara.

Menurut Hartati Winda (2015), *transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi kedivisi lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.

Menurut Noviastika F., Mayowan, & Karjo (2016), *transfer pricing* merupakan harga yang dibebankan pada transaksi penjualan barang maupun jasa yang ditanggung oleh pihak pembeli dalam hubungan istimewa antar divisi maupun perusahaan.

Menurut Suci Asral Sukma (2018), *transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang maupun jasa yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki hubungan afiliasi. 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 *inter-company* *transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya dapat dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) maupun dengan lintas negara (*International transfer pricing*).

*Transfer pricing* diatur dalam Pasal 18 undang-undang nomor 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan. Peraturan *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal; yaitu pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm’s length*. Berdasarkan undang-undang nomor 36 tahun 2008 pasal 18 ayat (4) yaitu hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Namun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan peraturan pasal 1 peraturan otoritas jasa keuangan nomor 53/POJK.04/2017 tentang pihak pemegang saham utama baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki paling sedikit 20% hak suara dari seluruh saham yang mempunyai hak suara yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan.

*Transfer Pricing* merupakan salah satu bentuk penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (MNC) karena perusahaan multinasional (MNC) memiliki perusahaan asing yang memungkinkan perusahaan melakukan transfer pricing. Berdasarkan pasal 1 ayat (8) peraturan direktur jendral pajak nomor PER-43/PJ./2010 yang diubah dengan PER-32/PJ./2010, mendefinisikan penentuan harga transfer yaitu penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

1. **Tujuan Transfer Pricing**

Sikka & Willmott (2010), menggambarkan *transfer pricing* semakin penting bagi perusahaan karena dalam ekonomi global. Hubungan perdagangan meluas ke negara-negara dengan regulasi perpajakan yang beragam. Perusahaan akan mengejar keuntungan, arus kas, tujuan pemasaran, ekonomi skala dan keunggulan kompetitif melalui pembagian divisi, usaha joint venture, anak perusahaan dan afiliasi memerlukan estimasi biaya untuk mengukur kinerja dan laba kena pajak.

Menurut Mispiyanti (2015), praktik *transfer pricing* dilakukan dengan tujuan untuk menghindari pajak. Ada dua hal yang harus diperhatikan oleh otorisasi fiskal yaitu hubungan afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*) dan kewajaran atau *arm’s length priciple*.

Menurut Mangoting (2000), *transfer pricing* terkadang digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Don R. Hansen (2005), *transfer pricing* dapat memengaruhi tingkat keuntungan divisi-divisi yang diperoleh perusahaan multinasional melalui pajak penghasilan perusahaan dan persyaratan hukum lainnya yang ditetapkan oleh masing-masing negara.

Menurut Bradley (1991), kebijakan penetapan harga transfer internasional dipengaruhi oleh beberapa tujuan sebagai berikut; meminimalkan dana secara internasional, meminimalkan pajak, meminimalkan tarif, menghindari kontrol pertukaran dan kuota, meminimalkan resiko pertukaran, meningkatkan pangsa keuntungan dari usaha patungan dan mengoptimalkan insentif manajerial dan evaluasi kerja.

Menurut Suandy (2016:79), Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain :

1. Memaksimalkan penghasilan global.
2. Mengamankan posisi kompetitif anak/cabang perusahaan dan penetrasi pasar.
3. Mengevaluasi kinerja anak/cabang perusahaan mancanegara
4. Menghindari pengendalian devisa
5. Mengontrol kredibilitas asosiasi
6. Mengurangi resiko moneter
7. Mengatur arus kas anak/cabang perusahaan yang memadai
8. Membina hubungan baik dengan administrasi setempat
9. Menguragi beban pengenaan pajak dan bea masuk
10. Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah
11. **Metode Transfer Pricing**

Menurut Horngren,et al (2012), ada beberapa metode *transfer pricing* yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan konglomerasi dan divisionalisasi/departementasi yaitu:

1. Harga Transfer Biaya(*Cost-Based Transfer Pricing*)

Perusahaan yang menggunakan metode transfer atas biaya menetapkan harga transfer atas biaya variabel dan tetap yang bias dalam tiga pemilihan bentuk yaitu: biaya penuh (*full cost*), biaya penuh ditambah mark-up (*full cost plus mark-up*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap (*variable cost plus fixed fee*).

1. Harga Transfer Atas Dasar Harga Pasar(*Market Basis Transfer Pricing*)

Apabila ada suatu pasar yang sempurna, metode *transfer pricing* atas dasar harga pasar inilah merupakan ukuran yang paling memadai karena sifatnya yang independen. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan *transfer pricing* yang berdasarkan harga pasar.

1. Harga Transfer Negosiasi(*Negotiated Transfer Pricing*)

Dalam ketiadaan harga, beberapa perusahaan memperkenankan divisi-divisi dalam perusahaan yang berkepentingan dengan *transfer pricing* untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Harga transfer negosiasi mencerminkan prespektif kontrolabilitas yang inheren dalam pusat-pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggungjawab atas harga transfer yang dinegosiasikan.

Menurut Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Terdapat beberapa metode penentuan harga transfer yang dapat dilakukan, antara lain:

1. Metode Perbandingan Harga Antara Pihak Yang Tidak Mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)

Metode ini merupakan 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.

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

Metode ini merupakan 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.

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

Metode ini merupakam 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.

1. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*)

Metode ini merupakan 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 memiliki hubungan istimewa 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*).

1. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin method/TNMM*)

Metode ini merupakan metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, 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.

1. **Dasar Hukum Transfer Pricing**

Berikut ini adalah undang-undang yang mengatur tentang penetapan harga transfer yang menjadi pedoman dalam pencatatan transaksi suatu perusahaan dengan perusahaan afiliasi, antara lain:

1. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia nomor 7/PMK.03/2015 tentang “tata cara pembentukan dan pelaksanaan kesepakatan harga transfer (*advance pricing agreement*)”.
2. Peraturan Direktorat Jendral Pajak nomor : PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang “penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa”.

### Pajak

1. **Definisi Pajak**

Menurut undang-undang nomor 16 tahun 2009 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan: “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 Refgia (2017), pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang.

Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya kewajiban membayar pajak. Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak. Salah satu caranya dengan melakukan *transfer pricing*.

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

Menurut Mangoting (2000), praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup atau yang memiliki hubungan istimewa dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang menerapkan pajak rendah.

Dalam PSAK 46 (2014) menyatakan bahwa beban pajak merupakan gabungan pajak kini dan pajak tangguhan yang dihitung untuk menetapkan laba-rugi pada periode tertentu. Setelah ditetapkan, beban pajak ini dibandingkan dengan laba akuntansi. Selain itu, beban pajak terdiri atas beban pajak kini dan beban pajak tangguhan.

1. **Fungsi Pajak**

Terdapat dua fungsi pajak, yaitu :

1. Fungsi *Budgeter*

Negara menggunakan pajak sebagai sumber pendanaan negara untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran yang dibutuhkan oleh pemerintah, maka dari itu pemerintah akan memaksimalkan penerimaan pajak.

1. Fungsi *Regularrand*

Pajak juga berfungsi sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan pemerintah.

1. **Sistem Pemungutan Pajak**

Terdapat tiga sistem pemungutan pajak, yaitu :

1. *Official Assesment System*

*Official assesment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada fiskus pajak untuk mementukan jumlah pajak terhutang setiap tahun sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan pajak.

1. *Self Assesment System*

*Self assesment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan jumlah pajak yang terhutang. Fiskus pajak hanya bekewajiban untuk memberikan penyuluhan dan pengawasan terhadap wajib pajak.

1. *With Holding System*

*With holding system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan kepada pihak ketiga untuk menghitung dan memotong besaran pajak. Dalam hal ini yang dimaksud adalah pemberi kerja dan bendahara pemerintah.

1. **Asas-asas Pemungutan Pajak**

Terdapat empat asas pemungutan pajak, yaitu :

1. *Equity*

Pajak harus bersifat adil dan merata. Pajak yang dikenakan kepada wajib pajak harus sebanding dengan kemampuan membayar pajak (*ability to pay*) dan sesuai dengan manfaat yang akan diterima. Adil dalam hal ini adalah setiap wajib pajak yang membayar pajak untuk kepentingan pemerintah sebanding dengan manfaat yang akan diterimanya. Merata dalam hal ini adalah setiap warga negara berkewajiban untuk membayar pajak demi kepentingan negara.

1. *Certainty*

Pajak yang ditetapkan harus berdasarkan undang-undang. Maka dari itu wajib pajak harus mengetahui besaran pajak yang terhutang untuk dilakukan pembayaran.

1. *Convenience*

Pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak sebaiknya sesuai dengan kondisi dan tidak menyulitkan wajib pajak. Contohnya pada saat merugi wajib pajak tidak diwajibkan membayar pajak (*pay as you earn*).

1. *Economy*

Pajak yang dibebankan kepada wajib pajak diharapkan seminimum mungkin sejalan dengan beban yang ditanggung oleh wajib pajak.

1. **Hambatan Dalam Pemungutan Pajak**

Hambatan-hambatan dalam pemungutan pajak dapat dikelompok-kan menjadi :

1. Perlawanan Pasif

Perlawanan pasif dalam hal ini adalah masyarakat tidak membayar pajak karena ketidaktahuan terhadap pajak. Hal ini dapat disebabkan oleh :

1. Perkembangan intelektual dan moral masyarakat.
2. Sistem perpajakan yang sulit dipahami masyarakat.
3. Sistem kontrol tidak terlaksana dengan baik.
4. Perlawanan Aktif

Perlawanan aktif dalam hal ini adalah segala usaha yang ditunjukan secara langsung kepada pemungut pajak/fiskus pajak dengan tujuan menghindari pajak.

Bentuk perlawanan tersebut adalah :

1. *Tax Avoidance*

*Tax Avoidance* adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk mengurangi beban pajak dengan tidak melanggar peraturan perpajakan/menggunakan *grey area*.

1. *Tax Evasion*

*Tax Evasion* adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan beban pajak dengan cara melanggar peraturan perpajakan/peng-gelapan pajak.

### *Tunneling incentive*

* 1. **Definisi *Tunneling Incentive***

Menurut Hartati Winda (2015), *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan.

Refgia (2017) berpendapat bahwa, munculnya *tunneling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya.

Menurut Mispiyanti (2015), transaksi dengan pihak berelasi kemungkinan besar digunakan sebagai *tunneling* karena harga transaksi terhadap pihak-pihak berelasi ini dapat berbeda dengan transaksi pihak independen. Transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali.

Menurut Wafiroh & Hapsari (2015), *tunneling* dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi/jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya, maupun menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi).

Dalam PSAK No. 15 (2015) menyatakan bahwa pemegang saham pengendali adalah pihak dengan porsi saham sebesar 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak. Pihak pemegang saham diatas 20% juga dianggap dalam mengendalikan perusahaan memiliki pengaruh signifikan.

* 1. **Bentuk *Tunneling Incentive***

*Tunneling Incentive* muncul dalam dua bentuk (Brundy & Siswantaya, 2014) yaitu :

1. Pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya melalui transaksi yang dilakukan antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan melalui penjualan aset, kontak harga transfer, kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lain-lain.
2. Pemegang saham pengendali dapat meningkatkan bagiannya atas atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutif maupun transaksi lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non-pengendali/ pemegang saham minoritas.
   1. **Macam-Macam Transaksi Yang Terindikasi *Tunneling***

Menurut Sari (2012), berikut ini merupakan transaksi dengan pihak berelasi yang terindikasi melakukan *tunneling*, antara lain :

1. Transaksi pembayaran kas
2. Pembelian aset
3. Penjualan aset
4. Tukar-menukar aset
5. Transaksi perdagangan barang/jasa
6. Penjualan ekuitas kepada pihak berelasi

Menurut Sari (2012) *tunneling* dikategorikan menjadi beberapa kategori berdasarkan sumbernya, yaitu :

1. *Cash Flow Tunneling*

*Cash Flow Tunneling* adalah transaksi pengalihan kas/aset lancar keluar dari perusahaan ke pihak berelasi.

1. *Asset Tunneling*

*Asset Tunneling* adalah kegiatan memindahkan aset berwujud dan tidak berwujud jangka panjang keluar dari perusahaan ke pihak berelasi.

1. *Equity* *Tunneling*

*Equity Tunneling* adalah peningkatan kepemilikan saham pengendali dengan mengorbankan pemegang saham non-pengendali, namun tidak mengubah aset produktif perusahaan.

* 1. **Pencegahan *Tunneling Incentive***

Menurut Marfuah & Noor Azizah (2014) salah satu upaya untuk menguragi dan mencegah aktivitas *tunneling* yaitu perusahaan harus menerapkan mekanisme pengawasan yang efektif. Dengan menerapkan sistem pengawasan yang efektif dan pengawasan yang dilakukan oleh banyak pihak independen akan menbatasi ruang lingkup perusahaan untuk melakukan *tunneling*.

### Mekanisme bonus

Menurut Saifudin (2017), mekanisme bonus digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya. Sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi.

Hal ini perkuat oleh Hartati Winda (2015), mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Mispiyanti (2015), bahwa direksi yang mengkompensasi peghargaan kepada karyawan atas bonus yang didasarkan pada tingkat laba cenderung akan memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan peneriman bonus dan remunerasinya. Ia juga menambahkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi dalam akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Wafiroh & Hapsari (2015), mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Karena sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit.

Dalam PSAK 24 revisi (2016) menyatakan bahwa bonus merupakan imbalan kerja jangka pendek selama kurang lebih 12 bulan. Bonus diberikan oleh perusahaan melalui RUPS kepada anggota manajemen yang dianggap mempunyai kinerja baik setiap tahun dengan memperoleh laba.

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu yang relevan sebagai tolak ukur dan salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang memberikan gambaran dan hasil yang berbeda-beda terhadap *transfer pricing*, diantaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **Nama Peneliti dan Tahun Penelitian** | **Judul Penelitian** | **Hasil** | |
| 1 | **Nur Fitria Fauziah dan Akhmad Saebani, 2018.** | Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016. | Variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, *tunneling incentive* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 2 | **Dwi Noviastika F., Yuniadi Mayowan,**  **Suhartini Karjo, 2016.** | Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer pricing Pada Perusahaan  Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014. | Variabel pajak, *tunneling incentive* dan *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 3 | **Nancy Kiswanto**  **Anna Purwaningsih, 2014.** | Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013. | Variabel ukuran tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, pajak dan kepemilikan asing terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 4 | **Saifudin, Luky Septiani Putri, 2017.** | Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Emiten Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015. | Variabel pajak dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, mekanisme bonus terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 5 | **Mispiyanti, 2015.** | Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013. | Variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, tunneling incentive terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. | |
| 6 | **Winda Hartati, Desmiyawati, Julita, 2015.** | *Tax Minimization*, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Seluruh Perusahaan yang Listing di BEI Tahun 2012. | Variabel *tax minimalization*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 7 | **Thesa Refgia, 2017.** | Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2014. | Variabel mekanisme bonus dan ukuran perusahaan, tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Sedangkan, pajak, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 8 | **Suci Asral Sukma, 2018.** | Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016. | Variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan pajak dan *tunneling incentive* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 9 | **Gusti Ayu Rai Surya Saraswati,**  **I Ketut Sujana, 2017.** | Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan *Tunneling Incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2015. | Variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, pajak dan *tunneling incentive* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. | |
| 10 | **Novi Lailiyul Wafiroh,**  **Niken Nindya Hapsari, 2015.** | Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013. | | Variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan, pajak dan tunneling incentive terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan. |

## Kerangka Pemikiran

### Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer pricing*

Menurut Klassen, K. J., Lisowsky, P., & Mescall (2016), terdapat hubungan antara beban pajak dengan *transfer pricing* yaitu perusahaan akan mengarahkan organisasinya untuk mendapatkan pajak yang lebih rendah. Pajak berlaku secara berbeda pada setiap negara sehingga bagi perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mengalokasikan laba ke negara dengan pajak yang rendah agar beban pajak yang dikenakan atas laba menjadi kecil.

Perusahaan cenderung melakukan *transfer pricing* apabila beban pajak yang harus ditanggung rendah. Sehingga semakin tinggi pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan ke negara yang memiliki pajaknya lebih rendah dibandingkan dengan negara asal.

### Pengaruh *Tunneling incentive* Terhadap *Transfer pricing*

Pemegang saham pengendali berpeluang mengambil kebijakan kontraktual yang menguntungkan bagi dirinya dalam hubungan afiliasi. Ketersediaan sumber daya dapat menjadi motivasi bagi pemegang saham pengendali untuk mengalokasikan sumber daya keluar dari perusahaan tersebut demi kepentingan pemegang saham pengendali. Dalam penelitian Wafiroh & Hapsari (2015) menyatakan bahwa, akibat adanya praktek *tunneling incentive* akan menyebabkan deviden yang akan diterima oleh pemegang saham minoritas akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kendali pemegang saham pengendali dapat memungkinkan mereka untuk memerintahkan manajemen melaksanakan transaksi kepada pihak afiliasi dengan tujuan menguntungkan dirinya, namun merugikan pemegang saham non pengendali.

### Pengaruh Mekanisme bonus Terhadap *Transfer pricing*

Bonus yang diserahkan kepada direksi ditentukan oleh pemilik perusahaan dengan pertimbangan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Dalam hal ini, direksi menentukan kompensasi bonus berdasarkan indikator pengukuran kerja manajemen yang dihitung berdasarkan laba perusahaan secara keseluruhan sehingga bonus yang ditetapkan tidak didasarkan pada laba subunit, namun berdasarkan laba perusahaan secara keseluruhan yang menjadi indikator pengukuran kinerja manajemen.

Dalam penelitian Wafiroh & Hapsari (2015) menyatakan bahwa, mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Karena berdasarkan tingkat laba, direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

## Hipotesis

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**

Pajak (X1)

*Tunneling incentive* (X2)

Mekanisme bonus (X3)

*Transfer pricing* (Y)

## H1 : Pajak memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

H2 : *Tunneling incentive* memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

H3 : Mekanisme bonus memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*.