**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

 Bab ini diawali dengan pembahasan landasan teoritis, yang menjelaskan mengenai konsep-konsep atau teori-teori yang relevan untuk mendukung pembahasan dan analisis penelitian. Selanjutnya, akan disertai penelitian terdahulu yang memiliki keterikatan dengan penelitian sebelumnya.

 Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, peneliti membahas kerangka pemikiran yang merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran berisi pemetaan kerangka teoritis yang diambil dari konsep-konsep, teori maupun penelitian terdahuli, berupa skema, uraian singkat, dan disertai hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian merupakan anggapan sementara yang perlu dibuktikan dalam penelitian.

1. **LANDASAN TEORI**

Landasan teori yang dipaparkan pada bab ini berisikan penjelasan mengenai teori-teori dasar yang digunakan sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang akan dibahas lebih lanjut.

1. **Teori Agensi**

Teori Keagenan adalah teori yang terjadi pada saat adanya hubungan antara dua pihak yang saling terikat, dimana kedua belah pihak sepakat untuk memakai jasa. Teori keagenan menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan kontrak *(loosely defined)* antara pemegang sumber daya (Nurjanah et al., 2014).

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa dalam hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham *(principal)* terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih pemegang saham yang memerintahkan agen untuk melakukan suatu jasa atas nama pemegang saham dan memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi pemegang saham. Jika kedua belah pihak memiliki hubungan untuk memaksimalkan *utilitas* merupakan alasan yang baik untuk percaya bahwa agen tidak selalu bertindak untuk kepentingan *principal.* *Principal* juga dapat membatasi tindakan *agen* dengan memberikan insentif sesuai perilaku agen dan menimbulkan biaya untuk memantau dalam membatasi kegiatan agen yang menyimpang. Agen berjuang untuk memaksimalkan pembayaran kontraknya yang bergantung pada suatu tingkat usaha tertentu yang dibutuhkan. Prinsipal berjuang untuk memaksimalkan pengembalian atas penggunaan sumber dayanya pada pembayaran yang terutang kepada agen.

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

1. *Moral Hazard*

Biasanya terjadi pada perusahaan besar yang memiliki kompleksitas pekerjaan yang tinggi, dimana seorang manajer dapat melakukan pekerjaan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pihak kreditur. Hal ini dapat memungkinkan manajer melakukan kegiatan diluar kontrak yang disepakati antara manajer dan pemegang saham.

b. Penahanan Laba *(Earning Retention)*

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

1. Horison Waktu

Konflik ini muncul dari akibat kondisi arus kas, dimana pemegang saham lebih menekankan pada arus kas untuk masa mendatang yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung lebih menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka. Perbedaan horizon waktu inilah yang menyebabkan konflik antara manajemen dan pemegang saham.

1. ***Transfer pricing***
2. **Definisi**

Menurut *Organization for Economic Co–operation and Development* (OECD) dalam Nisa Septarini (2012:6) 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 *group*nya.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya, atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan.

Menurut Suandy (2006) dalam Tri Marta Chandraningrum (2009:4) mendefinisikan bahwa *transfer pricing* adalah tindakan pengalokasian laba dari entitas perusahaan di satu negara ke entitas perusahaan negara lain, dalam grup perusahaan dengan tujuan untuk meminimalisir bukan menghindari pajak.

1. **Metode *Transfer Pricing***

Beberapa metode *transfer pricing* yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan yaitu:

1. Harga *Transfer* Dasar Biaya (*Cost-Based Transfer Pricing)* Dalam metode ini perusahaan menggunakan metode *transfer* atas dasar biaya variabel dan biaya tetap yang terdapat dalam 3 bentuk biaya yaitu : biaya penuh *(full cost),* biaya penuh ditambah *markup (full cost plus markup*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap *(variable cost plus fixed fee).*
2. 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.
3. Harga *Transfer* Negosiasi (*Negotiated Transfer Prices)* Beberapa perusahaan memperkenankan divisi-divisi dalam perusahaan yang berkepentingan dengan *transfer pricing* untuk menegosiasikan harga *transf*er yang diinginkan. Harga *transfer* negosiasian mencerminkan prespektif kontrolabilitas yang inheren dalam pusat-pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggung jawab atas harga *transfer* yang dinegosiasikan.
4. **Tujuan *Transfer Pricing***

Menurut Tri Marta Chandraningrum (2009:4) Ada tiga tujuan penting dari penentuan harga *transfer* internasional yaitu :

1) Mengelola beban pajak mendominasi tujuan lainnya, tetapi penggunaan operasional penentuan harga *transfer* seperti mempertahankan posisi daya saing perusahaan.

2) Mempromosikan evaluasi kinerja yang setara.

3) Memberikan motivasi kepada karyawan.

**3. Hubungan Istimewa**

Hubungan istimewa merupakan hubungan yang terjadi antara dua wajib pajak atau lebih yang menyebabkan pajak penghasilan yang terutang diantara wajib pajak tersebut menjadi lebih kecil daripada seharusnya terutang (Wibowo).

Menurut Pasal 18 (4) UU PPh menyebut tiga kemungkinan terjadinya hubungan istimewa yaitu :

1. Kepemilikan (penyertaan langsung maupun tidak langsung saham sebesar 25% atau lebih dan hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang berada dibawah kepemilikan yang sama).
2. Penguasaan (langsung atau tidak langsung misalnya karena manajemen atau ketergantungan teknologi), dan untuk wajib pajak orang pribadi.
3. Hubungan keluarga (sedarah maupun semenda, baik dalam garis keturunan lurus maupun ke samping satu derajat).
4. **Pajak**

**a. Pengertian pajak**

Menurut Rochmat Soemitro yang dikutip oleh Mardiasmo (2016:1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat imbalan jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan 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.

Menurut Undang-Undang KUP No.28 Tahun 2007 menyatakan: “Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

1. **Unsur Pajak**
2. Subjek pajak

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu, misalnya pegawai, pengusaha, dan perusahaan.

1. Objek Pajak

Objek pajak adalah sesuatu yang dikenakan pajak, misalnya penghasilan seseorang yang melebihi jumlah tertentu, tanah, bangunan, laba perusahaan, kekayaan, mobil.

1. Tarif Pajak

Tarif pajakadalah ketentuan besar kecilnya pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak terhadap objek pajak yang menjadi tanggungannya. Semua jenis pajak mempunyai tarif yang berbeda-beda

1. **Fungsi Pajak**
2. Fungsi anggaran (Fungsi *budgeter*), Pajak termasuk sumber terbesar bagi pemasukan keuangan negara, pajak di peruntukkan membiayai pengeluaran untuk seluruh pembangunan baik pendidikan, ekonomi, kesehatan  secara nasional.
3. **Fungsi Mengatur (Fungsi Regulasi),** Fungsi pajak diantaranya untuk mengatur kebijakan negara dalam bidang sosial ekonomi.
4. Fungsi Pemerataan (Pajak Distribusi), Pajak berfungsi untuk dapat menyesuaikan atau menyeratakan pendapatan serta kesejahteraan setiap warga negara.
5. **Fungsi Stabilisasi,** Pajak berfungsi menstabilkan kondisi atau keadaan perekonomian negara, contohnya dalam mengatasi inflasi pemerintah dapat menetapkan tarif pajak yang tinggi sehingga berpengaruh terhadap berkurangnya peredaran uang.

Dalam penelitian ini, pajak periode 2015-2017 dapat dilihat dari tahun sebelumnya, sehingga pajak tahun 2015 dilihat pada tahun 2014, pajak tahun 2016 dilihat pada tahun 2015 dan pajak tahun 2017 dapat dilihat tahun 2016.

1. ***Intangible asset***

 OECD (2010) menyatakan bahwa *intangible property* yang dimiliki oleh industri yaitu paten, merek dagang, nama dagang, desain, dan model. Hal ini mencakup literatur atau sastra dan hak atas kepemilikan artistic dan hak kekayaan intelektual. Pada kasus ini, aset tidak berwujud yang memiliki harga jual yaitu *marketing intangible* dan perdagangan aset tidak berwujud itu sendiri. Aset tersebut memiliki nilai secara substansi bagi perusahaan.

 Aset tidak berwujud dapat digolongkan menjadi aset tidak berwujud yang dapat diidentifikasi *(identifiable intangible asset)* dan aset tidak berwujud yang tidak teridentifikasi *(unidentifiable intangible asset).* Aset tidak berwujud yang dapat diidentifikasi merupakan aset tidak berwujud yang dapat diidentifikasi terpisah dan dikaitkan dengan hak tertentu atau keistimewaan selama periode manfaat yang terbatas.

 Sedangkan aset tidak berwujud yang tidak dapat diidentifikasi merupakan aset yang dapat dikembangkan secara internal atau dibeli namun tidak dapat diidentifikasi dan seringkali memiliki masa manfaat yang tak terhingga, seperti kegiatan penelitian dan pengembangan, iklan, *goodwill,* inovasi produk, dan lain-lain (Wild, Subramanyam dan Halsey 2004).

 Menurut PSAK no.19 (Penyesuaian 2015), pengakuan *asset* berwujud dapat dilakukan jika kemungkinan besar perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomi masa depan dari *asset* tersebut dan biaya perolehan *asset* dapat diukur dengan jelas. Aset tidak berwujud dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Pembelian tunai biaya perolehan aset tidak berwujud terdiri atas harga beli, termasuk bea masuk *(impor),* pajak yang sifatnya tidak dapat direstitusi *(non-refundable)* dan semua pengeluaran yang dapat dikaitkan langsung dalam mempersiapkan aset tersebut sehingga siap digunakan sesuai dengan tujuan.
2. Pembelian angsuran aset tidak berwujud yang dibeli secara kredit, biaya perolehannya sebesar nilai tunainya.
3. Pertukaran aset tak berwujud yang diperoleh melalui pertukaran aset sejenis atau pertukaran aset tidak sejenis. Biaya perolehan aset tidak berwujud diukur sebesar nilai wajar aset yang diterima, yang sama dengan nilai wajar aset yang diserahkan setelah diperhitungkan jumlah uang tunai atau kas yang diserahkan.
4. Aset tidak berwujud yang dihasilkan secara *internal* digunakan dalam menentukan apakah suatu aset tidak berwujud yang dihasilkan secara *internal* memenuhi syarat untuk diakui, entitas menggolongkan proses dihasilkannya aset tidak berwujud menjadi dua tahap yaitu tahap penelitian *(riset)* dan tahap pengembangan.
5. ***Tunneling incentive***

 Menurut Mitton (2000:276) *tunneling* adalah :

*“tunneling comes in two forms. First, a controlling shareholder can simply transfer resources from firm for its own benefit through selfdealing transaction. Such transaction incloud outright theft or fraud, which are illegal everywhere trough often go undetected or unfunished, but also asset sales, contract such as transfer pricing advantageous to the controlling shareholder, excessive executive.”*

 Definisi *Tunneling Incentive* dikemukakan oleh Suparji (2012:67) yaitu “Ekspropriasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing akan menurunkan nilai perusahaan sehingga merugikan pemegang saham non pengendali.”

 Menurut Hartati (2015), *tunneling incentive* adalah suatu prilaku dari pemegang saham mayoritas yang men-*transfer* aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya mereka bebankan.

 Menurut Yuniasih (2012) menjelaskan munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. Pertama, pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau komisaris yang kemungkinan besar melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). Kedua, hak suara yang dimiliki pemegang saham mayoritas melebihi hak atas aliran kasnya, karena adanya kepemilikan saham dalam bentuk bersilang, piramida dan berkelas (Claessens et al., 2000). Bentuk kepemilikan seperti ini akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan mereka sendiri yang sangat berbeda dengan kepentingan *investor* dan *stakeholder* lain. Ketiga, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimumkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas. Keempat, lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens *et al*., 2002).

 Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan *tunneling incentive* adalah suatu tindakan men-*transfer* aset dan laba perusahaan yang dilakukan pemegang saham mayoritas demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

1. **Ukuran perusahaan *(Size)***

 Ukuran perusahaan pada dasarnya mengacu kepada pengelompokan perusahaan yang terdiri dari perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 46/M-DAG/PER/9/2009 mengelompokan ukuran perusahaan ada tiga yaitu :

1. Perusahaan Kecil Perusahaan dikelempokkan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- dan maksimum Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Perusahaan Menengah Perusahaan dikelompokkan sebagai perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- dan maksimum Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Perusahaan Besar Perusahaan dikelompokkan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

 Skala perusahaan merupakan ukuran yang digunakan untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan melalui total aset perusahaan. Disisi lain ukuran perusahaan juga diukur melalui total penjualan, dan rata-rata tingkat penjualan. Dalam penelitan ini digunakan total aset dalam mengukur ukuran perusahaan karena nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan total penjualan.

 Semakin besar jumlah aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Wijaya dkk, 2009: 82-83). Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan (Pujiningsih, 2011:46). Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama (Rachmawati dan Triatmoko, 2007).

$$Ukuran perusahaan=Ln\left(Total Asset\right)$$

1. **Penelitian Terdahulu**

 Sebelum melakukan penelitian, penulis membutuhkan referensi penelitian terdahulu. Berikut merupakan hasil penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai referensi, yaitu:

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Peneliti | Gusti Ayu Rai, Surya Saraswati, dan I Ketut Sujana (2017) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* |
|  | Variabel Penelitian | Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive*  |
|  | Hasil Penelitian | Variabel pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Sedangkan Variabel Mekanisme bonus berpengaruh negatif pada *transfer pricing.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2. | Peneliti | Dwi Noviastika F, Yuniadi Mayowan, Suhartini Karjo (2016) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh pajak*, Tunneling Incentive*, dan *Good Corporate* *Governance* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia |
|  | Variabel Penelitian |  Pajak*, Tunneling Incentive,* dan *Good Corporate Goverance* |
|  | Hasil Penelitian | Pajak, *Tunneling Incentive,* dan *Good Corporate Goverance* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer* *pricing.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3. | Peneliti | Laksmita Rachmah Deanti(2017) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh Pajak*, Intangible asset , Leverage*, Profitabilitas, Dan *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing* perusahaan multinasional Indonesia |
|  | Variabel Penelitian | Pajak, *Intangible asset , Leverage*, Profitabilitas, Dan *Tunneling Incentive* |
|  | Hasil Penelitian | Pengaruh Pajak*, Intangible asset , Leverage*, Profitabilitas, Dan *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan dalam melakukan *transfer pricing.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4. | Peneliti | Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2011) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia |
|  | Variabel Penelitian | Pajak dan *Tunneling Incentive*  |
|  | Hasil Penelitian | Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing.* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 5. | Peneliti | Marfuah dan Andi Puren Noor Azizah (2013) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. |
|  | Variabel Penelitian | Pajak, *Tunneling incentive*, dan *Exchange rate* |
|  | Hasil Penelitian | Pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing* dan *exchange rate* pada penelitian ini menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 6. | Peneliti | Anisa Sheirina Cahyadi, Naniek Noviari (2018) |
|  | Judul Penelitian | Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, Profitabilitas, dan *Leverage* pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*. |
|  | Variabel Penelitian | Pajak, *Exchange rate,* Profitabilitas, dan *Leverage* |
|  | Hasil Penelitian | Pajak, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan *Exchange Rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. |

1. **Kerangka Pemikiran**
2. **Pengaruh Pajak terhadap Indikasi melakukan *Transfer Pricing***

 Berbagai penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan telah dilakukan. Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2010. Hasil penelitian menemukan adanya pengaruh positif pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut.

 Penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh & Hapsari (2015) menemukan bukti bahwa variabel pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing*, di mana transaksi *transfer pricing* dilakukan dengan perusahaan afiliasi yang berada di luar batas negara dengan tarif pajak rendah guna mengalihkan kekayaan perusahaan yang berada di Indonesia sehingga nantinya pajak yang akan dibayarkan di Indonesia akan menjadi lebih kecil dari yang seharusnya dibayarkan.

 Klasen dalam Lo et al., (2010:3) menemukan bukti bahwa terjadi pergeseran laba yang telah dilakukan oleh perusahaan multinasional sebagai respon dari perubahan tingkat tariff di Kanada, Eropa dan Amerika Serikat. Yuniasih et al., (2012) menemukan bahwa beban pajak yang semakin besar menyebabkan perusahaan untuk melakukan *transfer* *pricing.*

 *Transfer pricing* dijadikan sarana bagi perusahaan multinasional dalam mengurangi pajaknya (Klassen dkk, 2013). Kegiatan *transfer* ini berfungsi untuk meminimalisir beban pajak dan untuk memaksimalisasikan profitabilitasdari perusahaan induk (Kiswanto dan Purwaningsih, 2014). Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Chen Ye Ekström dkk (2014) dan Davies dkk (2015) bahwa motif pajak berpengaruh positif terhadap kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut terdapat kemungkinan bahwa terdapat hubungan pajak dengan kemungkinan perusahan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan motif perusahaan adalah ingin meningkatkan keuntungan sebesar-besarnya. Salah satu cara untuk meningkatkan keuntungan bersih tersebut adalah dengan meminimalisir beban biaya, salah satunya beban biaya yang berasal dari pajak.

 Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi *cost* perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan pajak adalah *transfer pricing*. Melalui *transfer pricing* ini perusahaan multinasional yang bersangkutan dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi *(high tax country)* ke anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih rendah *(low* *tax country).*

1. **Pengaruh *Intangible Asset* Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing***

 Perusahaan multinasional secara strategis akan mengalokasi ulang aset tidak berwujud mereka kepada unit bisnis yang berada pada negara dengan tarif pajak rendah, salah satu contohnya adalah penerimaan pembayaran royalti dari perusahaan berafiliasi yang terletak pada negara dengan tarif pajak tinggi (Dudar dkk, 2015). Aset tidak berwujud sulit untuk diukur pada nilai pasar sehingga dalam penilaiannya masih bersifat subjektif, perusahaan dapat memanfaatkan secara simultan dalam beberapa yurisdiksi terhadap mekanisme *transfer pricing* terhadap perilaku opurtunistik itu sendiri. *Research & Development* yang merupakan bagian *intangible assets* juga dikenal sebagai salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam memahami hubungan antara intensitas R&D terhadap kinerja perusahaan karena akan berdampak pada kebijakan strategis yang diambil oleh perusahaan termasuk keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

 Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Grubert (2008) dalam Grant, *et al*. (2013) menemukan bahwa resiko agresivitas *transfer pricing* meningkat karena terdapat perbedaan dalam interpretasi penilaian harga *transfer*, dan kesulitan bagi perusahaan adalah untuk mendefinisikan dengan tepat transaksi mengenai harta tidak berwujud. Sejak harta tidak berwujud sulit untuk dilakukan penilaian, *transfer* pembayaran berupa royalti yang menunjukkan harta tidak berwujud juga sulit dilakukan penilaian pada *arm’s length prices* (Gravelle, 2010).

1. **Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing***

 Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) menemukan adanya pengaruh positif *tunneling incentive* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling.*

 Salah satu bentuk *tunneling* adalah peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa. Transaksi tersebut mencakup kontrak penjualan seperti *transfer pricing*. Dengan diadakannya *tunneling* oleh pemegang saham pengendali, maka tidak dilakukan pembayaran dividen sehingga pemegang saham minoritas kurang diuntungkan.

 Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marfuah dan Andri (2014) menunjukan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Yuniasih et al., (2013) yang menunjukan bahwa *Tunneling Incentive* memiliki pengaruh dalam keputusan *Transfer* *Pricing*. Agnes W. Y Lo, Raymond M.K. W, and Michael F (2010) juga mendeskripsikan bahwa *tunneling* berpengaruh positif terhadap perilaku *transfer pricing* perusahan di China.

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**

Pajak (X1)

+

*Transfer Pricing*

(Y)

+

Aset tidak berwujud (X2)

+

*Tunneling Incentive* (X3)

Ukuran Perusahaan (X4)

1. **Hipotesis**

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada penelitian sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Ha1: Pajak berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing.*
2. Ha2: Aset tidak berwujud berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*.
3. Ha3: *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer* *pricing.*