

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Agency (*Agency Theory*)

Menurut Michael C. Jensen, (1976), yang mengembangkan teori agensi, teori ini menjelaskan mengapa para pemangku kepentingan yang berbeda memiliki kepentingan yang berbeda dalam sebuah perusahaan. Prinsip utama teori agensi adalah bahwa pemberi kerja, misalnya pemegang saham, dan agen, misalnya manajer yang mendelegasikan keputusan dalam operasi bisnis, memiliki hubungan kerja sama dalam bentuk kotak kerja sama. Dengan memberikan insentif yang sesuai kepada agen dan bersedia membayar biaya pengawasan untuk mengendalikan risiko agen, prinsipal juga dapat mengurangi konflik kepentingan.

Dalam kemitraan keagenan, satu orang atau lebih (*principal*) melibatkan orang atau pihak lain (agen) untuk melakukan berbagai tugas dan memberikan wewenang pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen harus menjelaskan setiap keputusannya kepada pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan, seperti kreditor, pemegang saham dan investor. Jika ada kontrak atau perjanjian antara satu atau lebih prinsipal, hubungan tersebut dapat terjalin ketika prinsipal menginstruksikan agen untuk melakukan tugas atau menjaga kepentingan prinsipal dengan memberikan wewenang kepada agen untuk mengelola dan memutuskan apa yang menjadi kepentingan terbaik prinsipal Noviasatika, F., Mayowan, Y., & Karjo, (2016). Masalah pengetahuan asimetris antara principal, yaitu pemegang saham, dan agen, yaitu manajemen, muncul dari pengalihan kekuasaan dari principal ke agen. Konflik antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajemen sering kali disebabkan oleh kesulitan dalam representasi, yang dapat dipengaruhi oleh struktur kepemilikan perusahaan (agen).

Menurut *Agency Theory*, ketika ada konflik kepentingan antara manajemen yang bertindak sebagai agen dan pemilik serta kreditur yang bertindak sebagai principal, maka akan terjadi asimetri informasi. Dalam mengevaluasi efisiensi manajemen yang bertindak sebagai agen, asimetri informasi dan konflik kepentingan (*conflict of interest*) dapat membuat agen memberikan informasi yang tidak benar kepada principal. Prinsipal perlu menerima laporan pertanggungjawaban dari manajemen dalam bentuk laporan keuangan jika mereka ingin mendapat informasi tentang investasi di suatu perusahaan. Informasi akuntansi untuk principal. Transfer pricing dapat diatur oleh perantara yang tertarik untuk mengurangi aset perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Transaksi yang melibatkan transfer pricing dapat terjadi di antara perusahaan lokal, di dalam divisi perusahaan, atau antara perusahaan domestik dan internasional.

Dalam perusahaan multinasional, beberapa transaksi internasional terjadi di antara anggota atau divisi, termasuk penjualan barang atau jasa. Salah satu mekanisme yang digunakan oleh perusahaan multinasional adalah penerapan harga transfer untuk sumber daya, layanan, dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan melalui penyesuaian harga internal.

Manajemen mengetahui data internal perusahaan dan potensi masa depan perusahaan lebih baik daripada investor dan kreditor lain dalam konteks *transfer pricing*. Selain itu, manajemen dapat mengelola aset perusahaan sebagai perantara, yang memberikan insentif untuk menggunakan transfer pricing untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar

2. *Effective Tax Rate (ETR)*

Effective tax rate adalah tarif pajak perusahaan yang harus dibayar atas pendapatan perusahaan. *Effective tax rate* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan kena pajak perusahaan yang harus dibayarkan, baik menggunakan cara yang legal yaitu dengan

penghindaran pajak ataupun dengan cara ilegal sekalipun dengan cara penggelapan pajak.

Effective tax rate merupakan tingkat pajak efektif perusahaan yang dapat dihitung dari beban pajak penghasilan (beban pajak kini) dan kemudian dibagi dengan laba sebelum pajak. Semakin rendah nilai *effective tax rate* maka semakin baik nilai *effective tax rate* di suatu perusahaan dan baiknya nilai *effective tax rate* tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil merencanakan pajak. Beban pajak yang digunakan hanya menggunakan beban pajak kini karena pada beban pajak kini dimungkinkan untuk melakukan pemilihan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan perpajakan dan akuntansi.

3. Pajak

a. Definisi

Menurut UU KUP No. 28 Tahun 2007, pajak didefinisikan sebagai sumbangan orang pribadi ke kas negara sesuai dengan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan cara menolak menerima barang atau jasa yang dapat langsung diperlihatkan dan digunakan untuk membayar keperluan umum.

b. Fungsi Pajak

Pajak memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1) Fungsi Budgeter (Sumber Keuangan Negara)

Pajak memiliki fungsi budgeter sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya baik pengeluaran secara rutin maupun pengeluaran untuk pembangunan. Pemerintah terus berupaya meningkatkan penerimaan negara sebagai akibat dari pajak sebagai sumber pendanaan negara. Untuk melanjutkan upaya ini, pemungutan pajak diperluas dan diintensifkan sementara undang-undang untuk pajak yang berbeda diperbaiki.

2) Fungsi Regulerend (Fungsi Pengatur)

Pajak memiliki tujuan pengaturan, yaitu pajak dapat digunakan untuk mencapai tujuan non-keuangan dan untuk mengendalikan dan mengimplementasikan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi.

c. Jenis Pajak

Terdapat berbagai jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1) Menurut Golongan, yang terdiri dari

a) Pajak Langsung

Pajak yang tidak dapat dibebankan atau dibebankan kepada orang pribadi lain atau pihak ketiga dan harus dibayar sendiri oleh wajib pajak. Contoh : Pajak Penghasilan (PPh). Beberapa pihak yang menerima pendapatan bertanggung jawab untuk menutupi atau membayar PPh.

b) Pajak Tidak Langsung

Pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN terjadi karena terdapat pertambahan nilai terhadap barang atau jasa.

2) Menurut Sifat, yang terdiri dari :

a) Pajak Subjektif

Pajak yang dalam pemungutannya memperhitungkan keadaan tertentu dari wajib pajak, atau pajak yang dalam pemungutannya memperhitungkan kondisi badan kena pajak. Contoh : Pajak Penghasilan (PPh).

b) Pajak Objektif

Terlepas dari keadaan pribadi badan kena pajak (wajib pajak) atau tempat kedudukannya, pengenaan pajak ditujukan pada objeknya yang berupa benda, keadaan, perbuatan atau peristiwa yang menimbulkan kewajiban membayar pajak. Contoh : Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

3) Menurut Lembaga Pemungut, yang terdiri dari :

a) Pajak Negara (Pajak Pusat)

Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara pada umumnya. Contoh : PPh, PPN, dan PPnBM.

b) Pajak Daerah

Pemerintah daerah memungut pajak Tingkat I (pajak provinsi) dan pajak Tingkat II (pajak kabupaten/kota), yang digunakan untuk mendanai pajak kabupaten/kota dan pajak keluarga di setiap daerah. Contoh : Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan, Pajak Air Permukaan, dan lain-lain.

4. Kepemilikan Asing

Menurut Pasal 1(8) UU No. 25 tahun 2007, yaitu tentang modal asing sebagai modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan asing, dan badan hukum Indonesia yang seluruh atau sebagian modalnya dimiliki oleh pihak asing. Dapat disimpulkan bahwa ekuitas asing adalah persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh individu, organisasi, pemerintah, dan entitas lain yang berstatus asing.

Penanam modal asing didefinisikan dalam Pasal 1(6) UU No. 25 Tahun 2007 sebagai orang, perusahaan asing, pemerintah asing,

atau warga negara asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Indonesia. Jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing adalah jumlah kepemilikan asing yang dimaksud.

Menurut PSAK No. 15, tentang pemegang saham pengendali didefinisikan sebagai entitas yang secara langsung atau tidak langsung memiliki 20% atau lebih hak suara, sehingga entitas tersebut dianggap memiliki pengaruh signifikan atas pengelolaan entitas. Karena transfer pricing merupakan transaksi yang melibatkan pihak asing, maka penelitian ini berfokus pada keberadaan kepemilikan asing sebagai pemegang saham mayoritas perusahaan. Penetapan harga adalah transaksi antara pihak-pihak internasional.

Karena transfer pricing biasanya melibatkan transaksi dengan pihak internasional, maka keberadaan kepemilikan asing sebagai pemegang saham pengendali perusahaan menjadi fokus penting dalam studi mengenai topik ini.

5. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah pembayaran tambahan atau insentif yang diterima karyawan ketika mereka memenuhi target perusahaan Refgia, (2017). Mekanisme bonus merupakan strategi yang paling umum digunakan oleh perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada direktur atau manajer Saraswati & Sujana, (2017) . Direktur atau manajer dapat mempengaruhi pendapatan ini berdasarkan tingkat laba untuk meningkatkan pembayaran insentif. Para direktur sering kali menjalankan tugas mereka dengan sangat baik sehingga pemilik perusahaan menawarkan insentif kepada mereka untuk menjalankan perusahaan. Direktur yang bersedia bekerja sama untuk kebaikan dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan menerima insentif, seperti halnya mereka yang dapat menghasilkan keuntungan bagi departemen atau subunit.

Partisipasi manajemen kurang dari 5% Untuk mendapatkan insentif bonus yang signifikan, para manajer termotivasi untuk mengelola imbalan hasil. Partisipasi manajemen sebesar 25%, mengurangi asimetri informasi karena manajemen memiliki saham yang besar di perusahaan dan memiliki kekuatan untuk mengelola perusahaan. Data laba dapat mempengaruhi pengambilan keputusan jika manajemen fleksibel dalam mengelola laba. Investor dapat membuat pilihan yang buruk berdasarkan informasi laba.

6. *Transfer Pricing*

a. **Definis**

Pendekatan perusahaan untuk menentukan harga transfer suatu transaksi, baik penjualan produk, jasa, aset tak berwujud, atau uang, disebut *transfer pricing*. Oleh karena itu, *transfer pricing* dapat dikatakan sebagai kebijakan perusahaan yang digunakan untuk menentukan harga transfer dari suatu transaksi, baik yang melibatkan transfer produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang memiliki hubungan tertentu. Transaksi *transfer pricing* dapat dibagi menjadi dua kategori: transaksi *intra-company* dan transaksi *inter-company*. Harga transfer antar departemen dalam perusahaan yang sama disebut harga transfer *intra-company*. Harga transfer antara dua perusahaan yang memiliki hubungan tertentu satu sama lain disebut harga transfer *inter-company*. Transaksi aktual dapat terjadi di dalam suatu negara (*domestic transfer pricing*) atau antar negara (*internasional transfer pricing*).

Pihak-pihak berelasi, menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 IAI, (2017), adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas yang menyusun laporan keuangan. Apakah ada atau tidak ada pertukaran uang, pengalihan aset, liabilitas atau jasa antara pihak-pihak berelasi dengan entitas pelapor dianggap sebagai transaksi pihak-pihak berelasi. Pada

prinsipnya, adanya hubungan tertentu antara entitas-entitas yang merupakan bagian dari perusahaan yang sama dapat menimbulkan praktik penetapan *transfer pricing* hubungan tertentu yang memungkinkan mereka untuk bernegosiasi dan bekerja sama secara erat dalam menetapkan *transfer pricing* antara perusahaan-perusahaan yang membentuk suatu kelompok usaha multinasional untuk bekerja sama secara efektif dalam menetapkan *transfer pricing*. Jika didukung oleh elemen-elemen berikut ini, penetapan harga transfer atau *transfer pricing* dapat menjadi efektif: (1) pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam kesuksesan organisasi baik pelanggan, karyawan, pemasok, dan lain-lain; (2) suasana baik yang mendukung dalam penetapan harga transfer yang adil; (3) produk yang akan ditransfer memiliki harga pasar di luar perusahaan; (4) adanya kebebasan dalam menentukan sumber perolehan barang ataupun jasa; (5) pihak-pihak yang berkepentingan memiliki informasi yang detail dalam pengambilan keputusan mengenai biaya dan pendapatan; (6) unit bisnis atau divisi memiliki proses negosiasi.

b. Metode *Transfer Pricing* dan Penentuan Harga Transfer yang Wajar

Ada tiga cara berbeda untuk menentukan *transfer pricing* atau harga transfer yang sesuai:

1) Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar

Metode ini merupakan metode penetapan *transfer pricing* yang paling masuk akal dan independen karena barang atau jasa yang ditransfer dinilai berdasarkan harga pasar yang berlaku. Kerugian dari metode ini adalah jika produk yang ditransfer antar unit bisnis dalam suatu divisi tidak terjual di pasar, maka harga transfer disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan oleh unit bisnis tersebut.

2) Penentuan harga transfer berdasarkan harga pokok

Jika unit bisnis yang menjual mengeluarkan biaya selama proses produksi produk atau layanan, ini adalah contoh *transfer pricing*. Kerugian dari pendekatan ini termasuk kemungkinan hasil yang buruk, kecenderungan unit bisnis yang menjual untuk menaikkan harga transfer di atas biaya produksi barangnya, dan lain-lain.

3) Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi

Harga transfer digunakan ketika tidak ada harga produk yang tersedia di pasar. Sehingga perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada unit bisnis untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Karena lokasi berada dalam skenario yang sulit yang dapat menyebabkan konflik kepentingan antara kedua pihak yang terlibat, harga transfer sulit untuk ditentukan, yang merupakan kelemahan dari pendekatan ini.

c. Hubungan Istimewa

Hubungan Istimewa dipandang sebagai alasan mengapa organisasi komersial sering berpartisipasi dalam transaksi dengan harga yang tidak wajar. Perusahaan penjual akan berusaha mendapatkan nilai penjualan yang tinggi dalam transaksi dengan pihak ketiga yang tidak memiliki hubungan khusus. Sebaliknya, jika perusahaan adalah pembeli, perusahaan akan berusaha mendapatkan harga terendah. Untuk menentukan harga pasar yang wajar dalam transaksi antara pihak-pihak yang independen, masing-masing pihak sering kali memperhitungkan potensi keuntungan yang akan diperolehnya.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 IAI, (2017) menyatakan bahwa pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dianggap mempunyai hubungan istimewa. Pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa disebut demikian

jika salah satu pihak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain dalam keputusan bisnis dan keuangannya.

Strategi penetapan harga di bursa saham dapat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang untuk memanipulasi orang lain. Kebijakan harga di bursa saham dapat memiliki dampak yang signifikan. Bisa jadi ada dampak yang signifikan ketika menentukan harga di bursa saham. Pihak-pihak pengendali dan pihak-pihak yang mempunyai pengaruh signifikan mengabaikan harga sebagai dasar utama akuntansi untuk transaksi antara bisnis berelasi. Berdasarkan PSAK, transaksi antara pihak-pihak berelasi, baik dengan harga yang telah ditetapkan maupun tidak, adalah suatu pengalihan aset atau liabilitas antara pihak-pihak berelasi.

Tarif pajak penghasilan badan pada prinsipnya sama dengan tarif seragam sebesar 28%, sebagaimana diatur dalam Pasal 17 (1) (b) Undang-Undang Pajak Penghasilan. Tarif ini berlaku dari tahun 2009 hingga diturunkan menjadi 25% pada tahun 2010. Mulai tahun 2010 dan seterusnya, tarif pajak penghasilan badan sebesar 25% berlaku untuk korporasi. Bentuk usaha tetap dan wajib pajak badan dalam negeri tunduk pada tarif ini. Situs web Trading Economics menyediakan informasi mengenai tarif pajak di negara-negara yang memiliki tarif pajak penghasilan yang lebih rendah dari Indonesia. Selain data historis lebih dari 20 juta variabel ekonomi, nilai mata uang, indeks pasar saham, imbal hasil obligasi pemerintah, dan harga komoditas, Trading Economics menyediakan informasi akurat untuk 196 negara.

Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan harga transfer adalah dengan melihat tarif pajak perusahaan di masing-masing negara. *Transfer pricing* direkomendasikan untuk perusahaan yang menjual ke anak perusahaan yang tarif pajak perusahaannya lebih rendah daripada di Indonesia.

A. Keterkaitan antar Variabel Penelitian

1. *Effective Tax Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Effective Tax Rate (ETR) merupakan pembayaran sejumlah pajak yang tinggi, nilai tukar yang melemah, adanya kepemilikan saham yang terkonsentrasi, dan adanya rekayasa laba guna mendapat bonus yang tinggi. Harga transfer dinilai mampu menjadi solusi ketika perusahaan menghadapi keadaan tersebut namun disisi lain terdapat pihak yang dirugikan khususnya negara. Effective Tax Rate (ETR) merupakan proksi dari pajak.

Tarif pajak bervariasi dari satu negara ke negara lain dan bergantung pada kebijakan masing-masing negara. Umumnya, para pengusaha menganggap pembayaran pajak sebagai beban, sehingga mereka selalu berusaha untuk mengurangi beban pajak. Oleh karena itu, perusahaan multinasional yang terlibat dalam perdagangan internasional atau transaksi lintas batas mencari cara untuk mengurangi kewajiban pajak mereka, terutama jika mereka beroperasi di negara-negara dengan tarif pajak yang tinggi. Noviastika, F., Mayowan, Y., & Karjo, (2016).

Transfer pricing didorong untuk perusahaan multinasional yang memiliki perusahaan di berbagai negara dengan pajak tinggi. Namun, pada kenyataannya, keputusan *transfer pricing* dibuat untuk mengalihkan pendapatan dan keuntungan perusahaan ke luar negeri, dengan berbagai cara, argumen tandingan, dan pembenaran untuk memanipulasi transaksi tersebut. Petugas pajak atau fiskus selalu menginginkan agar transaksi hubungan istimewa didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan dan kewajiban. Hal ini dilakukan dengan cara mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan di negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah, khususnya dengan cara menurunkan harga jual sehingga laba yang dilaporkan perusahaan dalam laporan keuangannya tampak rendah Noviastika, F., Mayowan,

Y., & Karjo, (2016). Secara tidak langsung, hal ini mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan multinasional kepada negara.

Pajak mempengaruhi *transfer pricing* Refgia, (2017). Untuk mengurangi beban pajak yang semakin meningkat, perusahaan menggunakan transfer pricing. Oleh karena itu, negara-negara dengan perusahaan yang kurang berkembang sering kali mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sementara negara-negara dengan perusahaan maju mengenakan tarif pajak yang lebih tinggi.

2. Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Kepemilikan asing terjadi ketika individu atau badan hukum asing memiliki saham di sebuah perusahaan Refgia, (2017). Produk dari perusahaan yang mereka miliki dan kendalikan dijual oleh pemilik asing dengan harga diskon ke perusahaan mereka sendiri. Hal ini dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing untuk membantu dan merugikan pemegang saham non-pengendali. Pemegang saham pengendali asing memiliki suara yang lebih besar dalam menentukan berbagai keputusan perusahaan, seperti strategi penetapan harga dan frekuensi transaksi *transfer pricing*, semakin banyak saham yang mereka pegang di suatu perusahaan.

Pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* didukung dalam penelitian Refgia, (2017) yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

3. Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus adalah pembayaran tambahan atau insentif bagi karyawan yang berhasil memenuhi target perusahaan Refgia, (2017). Sebagian besar perusahaan menggunakan sistem bonus berbasis laba untuk memberi penghargaan kepada direktur atau manajer. Tergantung pada tingkat keuntungan, direktur atau manajer dapat memanipulasi keuntungan ini untuk meningkatkan pembayaran insentif. Dalam menjalankan tugasnya, direktur lebih cenderung

berkinerja baik untuk pemilik perusahaan agar mendapatkan kompensasi atas pengelolaan perusahaan. Direktur yang bersedia bekerja untuk kebaikan dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan menerima insentif seperti halnya mereka yang dapat menghasilkan keuntungan bagi departemen atau subunit.

Dengan menjual persediaan ke perusahaan multinasional antar perusahaan dengan harga di bawah harga pasar, direksi dapat meningkatkan laba di tahun yang akan datang, yang berdampak pada pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba di tahun tersebut Refgia, (2017). Ketika transaksi dengan pihak-pihak berelasi tidak menghasilkan manfaat yang signifikan, transaksi yang melibatkan perusahaan multinasional memiliki konsekuensi. Akibatnya, para direktur berfokus pada angka-angka akuntansi yang menghasilkan kinerja yang terlihat kuat dengan memanipulasi laporan keuangan untuk menggeser laba dari periode mendatang ke periode saat ini. Akan ada area-area perusahaan yang akan menderita akibat bisnis ini. Dapat disimpulkan bahwa manajer sering bertindak sedemikian rupa sehingga mereka mengendalikan laba bersih untuk meningkatkan pembayaran insentif mereka dengan menggunakan transfer pricing sebagai metode pemindahan laba antar perusahaan.

Menurut Fitri et al., (2019), transfer pricing dipengaruhi oleh sistem bonus. Hal ini disebabkan karena ketika memberikan bonus kepada direksi, pemilik bisnis akan mengevaluasi manajemen direksi perusahaan. Dalam skenario ini, pemilik bisnis akan melihat keuntungan perusahaan secara keseluruhan untuk mengevaluasi kinerja manajemen. Oleh karena itu, direksi tentu akan melakukan segala upaya untuk meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan, termasuk melalui strategi transfer pricing.

B. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian

Adapun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat ini adalah sebagai berikut :

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

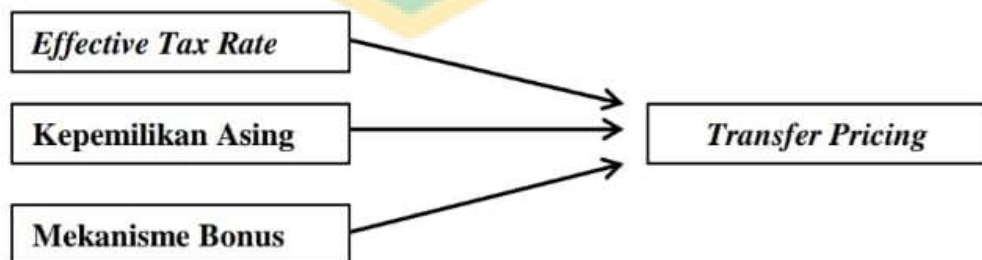
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Diah Fitri, Nur Hidayat T. Arsono (2019)	<i>The Effect of Tax Management, Bonus Mechanism and Foreign Ownershi on Transfer Pricing Decision</i>	Manajemen Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
2.	Evan Maxentia Tiwa, David P. E. Saerang, Victorina Z. Tiyaroh (2018)	Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing terhadap Penerapan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015	Pajak berpengaruh terhadap penerapan <i>Transfer Pricing</i> . Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap penerapan <i>Transfer Pricing</i> .
3.	Thesa Refgia (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Listing di Bursa Efek Indonesia	Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Kepemilikan Asing

		Tahun 2011-2014)	berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
4.	Saraswati, R. S., & Sujana, I. K. (2017)	Pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> .	Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
5.	Wardani, P. K., & Kurnia, K. (2018)	Pengaruh Pajak, Leverage, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Leverage berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
6.	Ayu, G., Surya, R., & Sujana, I. K. (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
7.	Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate</i>	Pajak tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <i>Tunneling Incentive</i> tidak

		<i>Gorvenance</i> (GCG) terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i> .	berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <i>Debt Covenant</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <i>Good Corporate Gorvenance</i> (GCG) berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
--	--	--	--

C. Kerangka Analisis

Berdasarkan tinjauan teori penelitian terdahulu dan landasan teori serta permasalahan telah ditemukan, sebagai dasar merumuskan hipotesis berikut ini digambarkan model kerangka pemikiran pengaruh antar variabel penelitian dan landasan teori serta hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini hendak mencari pengaruh antara variabel Independent (bebas) dengan variabel Dependent (terikat), dimana yang menjadi variabel Independent (bebas) adalah Pengaruh *Effective Tax Rate* (X1), Kepemilikan Asing (X2) dan Mekanisme Bonus (X3), yang menjadi variabel Dependent (terikat) adalah *Transfer Pricing* (Y) Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam suatu bagan yang tersaji pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1 Kerangka Analisis

Sumber : Data diolah sendiri (2022).

Keterangan :

X₁ : *Effective Tax Rate*

X₂ : Kepemilikan Asing

X₃ : Mekanisme Bonus

Y : Transfer Pricing

D. Hipotesis (Tentatif)

Dalam penelitian, kesimpulan ditarik berdasarkan hipotesis penelitian. Hipotesis adalah solusi jangka pendek untuk masalah yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Berikut ini adalah hipotesis yang diajukan, dimana penentuan hipotesis itu sendiri didasarkan pada kajian teori, penelitian terkait dan kerangka analisis:

1. Pengaruh *Effective Tax Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Effective Tax Rate (ETR) merupakan pembayaran sejumlah pajak berdasarkan pelaporan akuntansi keuangan yang berlaku dengan membandingkan beban pajak penghasilan (*tax expense*) dengan laba sebelum pajak (*pretax income*).

Tarif pajak yang berlaku di setiap negara berbeda tergantung pada kebijakan masing-masing. Sebagian negara mempunyai tarif pajak tinggi, sementara yang lainnya memiliki tarif pajak rendah (*tax haven country*). Perbedaan tarif tersebut dimanfaatkan perusahaan dalam manajemen pajak, yakni perencanaan pajak, dalam meminimalkan beban pajak yang ditanggungnya melalui transfer pricing. Guna menghindari pembayaran pajak yang cukup tinggi, maka banyak perusahaan multinasional melakukan transfer pricing. Di mana dengan melakukan harga transfer atau transfer pricing suatu perusahaan telah melakukan pergeseran pendapatan dari negara yang pajaknya tinggi ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah

Faktor *effective tax rate* mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* karena aturan yang berbeda berlaku

untuk perusahaan asing dan beban pajak perusahaan secara keseluruhan dapat menjadi alasan untuk melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan dan meningkatkan laba perusahaan. Akhadya, D. P., & Arieftiara, (2019).

Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1 : *Effective Tax Rate* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*

2. Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Dynaty, Vera., Sidharta Utama., (2011), perusahaan-perusahaan di Asia cenderung memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Struktur ini dapat menimbulkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham non-pengendali serta pemegang saham pengendali dan manajemen. Ketika pemilik asing memiliki persentase saham perusahaan yang lebih besar, mereka memiliki suara yang lebih besar dalam keputusan perusahaan, termasuk praktik penetapan harga dan frekuensi transaksi *transfer pricing* yang bernilai tinggi.

Menurut Tiwa, E. M., David P.E. Saerang, (2017), pencapaian kepemilikan asing dalam suatu perusahaan tidak menjadi tolak ukur keinginan perusahaan untuk melakukan penerapan *transfer pricing*, sehingga variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh positif signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*. Karena kepemilikan asing di perusahaan sampel tidak memiliki hubungan darah, maka keinginan pemegang saham asing pengendali untuk meningkatkan kekayaan mereka sendiri menjadi tidak relevan. Akibatnya, pengambilalihan sulit dilakukan karena keputusan manajemen harus disetujui oleh dewan direksi.

Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**H1 : Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap
*Transfer Pricing***

3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Memanfaatkan pendapatan secara maksimal adalah salah satu cara bagi para direktur untuk mendapatkan bonus. Bonus adalah sejumlah uang tambahan atau hadiah yang ditawarkan kepada karyawan karena berhasil mencapai tujuan perusahaan. Metode yang paling populer digunakan oleh perusahaan untuk memberi penghargaan kepada direktur atau manajer adalah skema bonus berbasis laba Refgia, (2017). Skema bonus direksi juga dapat dilihat sebagai kompensasi tambahan atas upaya direksi perusahaan dengan mengevaluasi kinerja direksi itu sendiri. Apresiasi pemilik terhadap para direktur meningkat dalam kaitannya dengan total pendapatan perusahaan. Manajemen memutuskan kebijakan transfer pricing untuk mengoptimalkan laba perusahaan dan mungkin meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan.

Variabel bonus bukan merupakan alasan yang valid yang dapat digunakan manajemen untuk membenarkan *transfer pricing* dan oleh karena itu tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk menerapkannya Andraeni, (2017).

Variabel mekanisme bonus tidak memiliki dampak yang baik terhadap *transfer pricing* karena manajer perusahaan dengan rencana bonus sering memilih metode akuntansi yang menggeser laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode saat ini. Jika bonus mereka didasarkan pada laba bersih, mereka mungkin dapat meningkatkannya selama periode tersebut dengan melaporkan laba bersih setinggi mungkin jika imbalan mereka didasarkan pada bonus Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, (2017).

Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**H1 : Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap
*Transfer Pricing***

