

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

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

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan adalah suatu kontrak dimana satu orang atau lebih memerintah orang lain untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Agen akan bergerak melakukan tindakan dengan cara yang sesuai jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk meningkatkan performa perusahaan. Menurut Scott (2015) teori keagenan merupakan teori yang menggambarkan sebuah hubungan kontrak antara agen dan prinsipal, dimana prinsipal akan memotivasi agen agar dapat mencari keuntungan bagi prinsipal. Hal penting dalam teori agensi ini adalah kewenangan untuk melakukan tindakan yang diberikan kepada agen dalam hal kepentingan pemilik.

Teori agensi berkaitan dengan dua masalah yang dapat berlangsung pada hubungan agensi, yaitu (1) ketika terjadinya keinginan atau tujuan dari prinsipal dan agen bertentangan dan ini sangat sulit dan mahal bagi prinsipal untuk bisa memverifikasi apa yang sebenarnya dilakukan agen, (2) masalah pada pembagian risiko yang muncul ketika prinsipal dan agen memiliki perbedaan sikap dan risiko (Eisenhardt, 1989).

Dalam penelitian ini, pemerintah sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Pemerintah sebagai prinsipal memerintahkan kepada manajer untuk membayar pajak sesuai dengan perundang-undangan pajak. Namun, perusahaan sebagai agen lebih mengutamakan kepentingannya dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban pajak. Hal inilah yang memicu terjadinya konflik kepentingan ketika pembayaran pajak terjadi..

Bagi pemerintah, pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak perorangan atau badan menjadi sumber dana bagi negara untuk melakukan pembangunan. Sedangkan bagi manajer, pembayaran pajak menjadi beban yang tidak memberikan manfaat secara langsung terhadap perusahaan tersebut sehingga

pembayaran pajak sering kali dijadikan sebagai beban yang sangat ingin tidak dilakukan oleh perusahaan. Manajer perusahaan yang memiliki kekuasaan untuk pengambilan keputusan memiliki kepentingan untuk memaksimalkan labanya dengan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan. Kebijakan tersebut juga mempengaruhi keputusan manajer untuk memutuskan kebijakannya untuk meminimalkan beban pajak dengan mempertimbangkan berbagai macam hal salah satunya strategi diversifikasi dan *transfer pricing*.

Adanya tujuan yang berbeda antara prinsipal dan agen akan menimbulkan masalah keagenan. Fama dan Jensen (1983) menyatakan bahwa masalah agensi dikendalikan oleh sistem pengambilan keputusan yang memisahkan fungsi manajemen dan fungsi pengawasan. Pemisahan fungsi manajemen yang melakukan perencanaan dan implementasi terhadap kebijakan perusahaan serta fungsi pengendalian yang melakukan ratifikasi dan monitoring terhadap keputusan penting dalam organisasi akan memunculkan konflik kepentingan diantara pihak-pihak tersebut.

Perbedaan kepentingan antara prinsipal dengan agen dapat memengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak perusahaan. Penggunaan *self assessment system* dapat memberikan kesempatan bagi agen untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan menjadi. Menurut Waluyo (2017) *self assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.

Hubungan teori keagenan dengan penekanan beban pajak perusahaan adalah adanya konflik yang terjadi terhadap kepentingan laba perusahaan antara pemungut pajak (fiskus) dengan pembayar pajak (manajemen perusahaan). Fiskus mengharapkan adanya pemasukan yang besar dari pemungutan pajak, sementara dari pihak agen berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah.

## 2. Strategi Diversifikasi

Diversifikasi merupakan salah satu strategi yang sering dilakukan perusahaan dunia. Secara umum, strategi diversifikasi merupakan perluasan bisnis yang dapat dilakukan pebisnis untuk melakukan ekspansi. Bagi pebisnis, melakukan diversifikasi sangat penting karena untuk mengetahui bisnisnya dapat memperoleh keuntungan yang optimal. Menurut (Tjiptono, 2015) Diversifikasi merupakan upaya untuk mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Penggunaan strategi diversifikasi dapat didorong atau dimotivasi oleh adanya keinginan perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha melalui penambahan unit usaha baru.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “Diversifikasi” diartikan sebagai perbedaan, penggolongan, dan penganekaragaman. Dalam bidang ekonomi, diversifikasi dilakukan untuk menghindari ketergantungan ketunggalan kegiatan produk, jasa, dan investasi. Berikut ini beberapa pengertian diversifikasi menurut para ahli: Pengertian diversifikasi menurut Hermawan (2016:143) mendefinisikan strategi diversifikasi sebagai usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk meningkatkan penetrasi pasar. Sedangkan Fandy Tjiptono (1997) (dalam Satria, 2018:19) mendefinisikan strategi diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk di pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Selain itu Nijman dan Wolk (1997) (dalam Anggraeni, 2014:24) mengemukakan bahwa:

*“product diversification as part of the product strategy offered by product development and services offered by the company by offering new product in the case, means the number of additions, colors, models, and sizes”.*

“diversifikasi produk sebagai bagian dari strategi produk yang ditawarkan pengembangan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan yang ditawarkan produk baru dalam hal ini, berarti jumlah penambahan, warna, model, dan ukuran”.

Harberg dan Rieple (2003) dalam Ira Ariesta (2011) menyatakan beberapa tujuan diversifikasi yaitu:

- a) Pertumbuhan dan nilai tambah yaitu tujuan yang dapat terpenuhi ketika investasi yang dilakukan perusahaan memberikan keuntungan bagi perusahaan;
- b) Meratakan risiko yaitu tujuan ini dimaksudkan bahwa dengan berinvestasi pada beberapa usaha maka risiko yang dimiliki atau usaha tidak berpengaruh secara total terhadap perusahaan karena dapat diimbangi oleh *return* dari usaha lainnya;
- c) Mencegah monopoli pesaing yaitu penguasaan pada usaha yang memiliki sumber daya strategis selain dapat memberikan nilai tambah juga mencegah penguasaan oleh pesaing;
- d) Mencapai sinergi yaitu kombinasi antara segmen usaha diharapkan memiliki kemampuan untuk mencapai sesuatu, yang tidak mungkin dicapai bila usaha tersebut bekerja sendiri-sendiri; dan
- e) Mengendalikan pemasok dan distributor yang bertujuan untuk memudahkan perusahaan dalam mengendalikan harga dan mutu agar dapat bersaing.

Berger & Ofek (1995) menyatakan bahwa diversifikasi juga memberikan keuntungan dari sisi pajak dan keuangan lainnya. Diversifikasi dapat meningkatkan kapasitas hutang untuk mengurangi kemungkinan kebangkrutan. Perusahaan yang tidak terdiversifikasi berada dalam kondisi pajak yang tidak menguntungkan karena pajak dibayarkan kepada pemerintah ketika perusahaan memperoleh laba, tetapi tidak demikian sebaliknya, pemerintah tidak membayar apapun kepada perusahaan ketika perusahaan mengalami kerugian.

Diversifikasi dapat memperbaiki kapasitas modal, mengurangi kemungkinan kebangkrutan dengan meluncurkan produk baru atau masuk dalam pasar baru (Higgins & Schall, 1975). Pada strategi ini, keterampilan yang dikembangkan pada suatu bisnis ditransfer ke bisnis yang lain sehingga dapat meningkatkan produktivitas modal dan tenaga kerja. Perusahaan yang terdiversifikasi dapat memindahkan dana dari unit yang memiliki kelebihan dana ke unit yang kekurangan dana tanpa dikenai biaya transaksi atau pajak (Bhide, 1993).

Ukuran strategi diversifikasi dalam penelitian ini menggunakan ukuran yang digunakan oleh Harto (2005) yaitu dengan menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI) dimana jumlah kuadrat dari penjualan masing-masing segmen dibagi dengan kuadrat total penjualan perusahaan.

$$HHI = \frac{\sum_{n=1}^{\infty} \text{segsales}^2}{\sum_{n=1}^{\infty} \text{sales}^2}$$

Keterangan :

HHI = *Herfindahl Hirschman Index*

*Segsales* = Penjualan Masing-masing Segmen

*Sales* = Total Penjualan

### 3. *Transfer Pricing*

*Transfer Pricing* ialah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik barang, jasa, harta tak berwujud ataupun transaksi lain yang dilakukan perusahaan. Transaksi tersebut sering kali di salahgunakan oleh manajemen perusahaan guna melakukan praktik *tax avoidance* dengan memanfaatkan transaksi dengan pihak berelasi yang memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan perspektif pemerintah, *Transfer Pricing* mampu menyebabkan peluang pendapatan pajak suatu negara akan berkurang karna perusahaan memindahkan beban pajaknya dengan metode menurunkan harga jual kepada perusahaan yang berafiliasi. Hal ini membuat perusahaan induk memiliki beban pajak yang semakin rendah.

Menurut Tsurumi, dalam Gunadi, *transfer pricing* adalah harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antarpusat *responsibilitas profit* atau *cost* (Gunadi 1999:111). Dalam arti yang lebih luas, *transfer pricing* termasuk penentuan harga antara beberapa entitas, yang secara hukum pemiliknya bisa sama ataupun berbeda. Rosenberg 1983:505, dalam hal ini mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan oleh satu bagian dari sebuah organisasi atas penyerahan barang atau jasa yang dilakukannya kepada bagian dari organisasi yang sama.

(Erly Suandy, 2008) *transfer pricing* dapat dibedakan menjadi dua yaitu bersifat netral dan peyoratif. Pengertian netral mengasumsikan bahwa *transfer*

*pricing* adalah murni merupakan strategi taktik bisnis tanpa adanya motif pengurangan beban pajak. Sedangkan pengertian peyoratif mengasumsikan *transfer pricing* sebagai upaya untuk menghemat beban pajak dengan taktik, antara lain, menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah.

Berdasarkan penelitian tim UNTC PBB sebagaimana dinyatakan kembali oleh Gunadi (1999) dalam Sutedi (2013), disebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan di Indonesia melakukan praktik *transfer pricing* antara lain:

- a) Pengurangan objek pajak, terutama pajak penghasilan;
- b) Pelonggaran pengaruh pembatasan kepemilikan luar negeri;
- c) Penurunan pengaruh deperesiasi rupiah;
- d) Menguatkan tuntutan kenaikan harga atau proteksi terhadap saingan impor;
- e) Mempertahankan sikap *low profile* tanpa mempedulikan tingkat keuntungan usaha;
- f) Menggambarkan perusahaan dari tuntutan atas imbalan atau kesejahteraan karyawan dan kepedulian lingkungan; serta
- g) Memperkecil akibat pembatasan dan risiko bisnis di luar negeri.

Selain menekan jumlah beban pajak perusahaan, mekanisme bonus juga menjadi salah satu alasan perusahaan menggunakan *transfer pricing*. Mekanisme pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba, memaksimalkan bonus yang akan diterima, dan manajer cenderung memaksimalkan laba bersih perusahaan. Keinginan manajemen untuk meningkatkan laba agar memperoleh kompensasi bonus yang besar tentu bertolak belakang dengan keinginan perusahaan yang ingin menurunkan pembayaran tarif pajak.

Transaksi antar anggota perusahaan multinasional di Indonesia tidak luput dari rekayasa *transfer pricing*, terutama oleh wajib pajak penanaman modal asing (PMA) dan cabang perusahaan asing di Indonesia yang termasuk kategori bentuk usaha tetap (BUT). Sebagian besar perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan internal dengan induk perusahaan atau afiliasinya di mancanegara. Perusahaan tersebut terutama dimanfaatkan sebagai manufaktur barang madya (*intermediate goods*) atau bahan mentah (*raw*

*materials*) mereka. Produk hasil pabrik di Indonesia tersebut dipasarkan ke pasar lokal atau diekspor ke negara ketiga (Gunadi, 199 dalam Santoso, 2013).

*Transfer pricing* dapat diaplikasikan untuk tiga tujuan berbeda. Yang pertama dari sisi hukum perseroan yang dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara perusahaan dengan pemegang sahamnya. Yang kedua dari sisi akuntansi manajerial, yang dapat digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan ke unit lain dalam perusahaan yang sama. Yang ketiga dari perspektif perpajakan, *transfer pricing* merupakan suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* dalam penelitian ini menggunakan pengukuran dengan menggunakan ukuran yaitu relasi piutang dibagi dengan total piutang.

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Relasi piutang}}{\text{Total Piutang}}$$

#### **4. Beban Pajak**

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang. Pajak dipungut penguasa untuk menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum dengan berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Dalam pelaksanaan pembangunan negara, pajak memiliki peran yang sangat penting karena pajak merupakan sumber utama negara yang digunakan untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan.

Beban pajak penghasilan dihitung menggunakan aturan perpajakan atas hasil usaha perusahaan selama periode tahun yang bersangkutan. Perusahaan diharuskan melakukan fiskal sesuai dengan aturan-aturan perpajakan karena terdapat perbedaan konsep pendapatan, cara pengukuran pendapatan, konsep biaya, cara pengukuran biaya, dan cara alokasi biaya antara Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dan Peraturan Perpajakan.

Menurut pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 46 (PSAK 46) Pajak Penghasilan, Beban Pajak dalam Waluyo (2019) beban pajak ialah:

“beban pajak (*tax expense*) adalah jumlah agrerat pajak kini (*current tax*) dan pajak tangguhan (*deffered tax*) yang diperhitungkan dalam perhitungan laba rugi akuntansi pada suatu atau dalam periode berjalan sebagai beban atau penghasilan”.

Menurut Kieso yang dialihbahasakan oleh Emil Salim (2008:37) beban pajak ialah hasil pembagian beban pajak penghasilan untuk periode berjalan dengan laba keuangan sebelum pajak. Hartanto, 2017 juga mengemukakan beban pajak tangguhan dapat diartikan “beban pajak tangguhan adalah beban yang timbul akibat perbedaan temporer antara laba akuntansi (laba dalam laporan keuangan untuk pihak eksternal) dengan laba fiskal (laba yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak).

Beban pajak di ukur menggunakan *effectif tax rate* (ETR). ETR merupakan persentase besaran pajak yang ditanggung oleh perusahaan, dihitung dengan beban pajak (*tax expense*) dibagi dengan laba sebelum pajak (Saraswati Sujana, 2017)

$$Effective\ Tax\ Rate = \frac{beban\ pajak}{laba\ sebelum\ pajak}$$

## **B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian**

### **1. Hubungan Strategi Diversifikasi Dengan Beban Pajak**

Perusahaan memilih strategi diversifikasi karena sebagai bentuk sebuah langkah untuk mengembangkan usaha, memenangkan persaingan, dan mencapai tujuan perusahaan. Ketika perusahaan memasuki masa *Growth*, kepentingan perusahaan untuk mencari laba akan meningkat. Perusahaan mengharapkan adanya peningkatan laba sehingga perusahaan merasa perlu untuk mengimplementasikan sebuah strategi yang diharapkan dapat angka penjualan namun menurunkan beban pajak perusahaan. Strategi diversifikasi inila yang dinilai perusahaan dapat menekan jumlah beban pajak perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan strategi diversifikasi ini juga memiliki unit bisnis yang lebih beragam dan kondisi perusahaan yang lebih kompleks. Hal ini menyebabkan dalam pengelolaah perusahaan tersebut membutuhkan biaya operasional yang lebih besar termasuk apabila perusahaan membutuhkan jasa audit. Biaya audit yang dibebankan akan meningkat karena tingkat kerumitan



perusahaan tinggi. Ketika biaya operasional dan biaya audit yang tinggi maka akan mengurangi laba perusahaan. Dengan demikian, beban pajak perusahaan akan berkurang.

## 2. Hubungan *Transfer Pricing* Dengan Beban Pajak

Perusahaan yang mengadopsi strategi diversifikasi umumnya memerlukan suatu metode untuk dapat mengintegrasikan unit bisnisnya. Oleh karena itu, transaksi-transaksi yang terjadi baik antar divisi maupun antar perusahaan diukur dengan menggunakan metode penentuan harga yang disebut dengan harga transfer (Hansen & Mowen, 2016). Selain melakukan transaksi antar divisi di dalam perusahaan, transaksi jual-beli ini juga terjadi dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.

Hubungan istimewa dapat membuat harga yang ditransfer suatu perusahaan terhadap pihak yang memiliki hubungan istimewa bisa jadi lebih rendah atau lebih tinggi, apabila dibandingkan dengan harga ketika perusahaan melakukan transaksi dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Sehingga ketika perusahaan melakukan penjualan dengan harga lebih rendah, laba yang didapatkan perusahaan juga menjadi rendah. Akibatnya, beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan juga sedikit.

### C. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Diangkat berdasarkan beberapa penelitian sebagai referensi untuk bahan kajian pada penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan dalam penulisan.

**Tabel 2.1**

#### **Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Andy Ardianto dan Dyna Rachmawati (2018)	Strategi Diversifikasi, <i>Transfer Pricing</i> Dan Beban Pajak	Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diversifikasi dan <i>Transfer Pricing</i> berpengaruh

				negatif terhadap beban pajak perusahaan.
2	Bella Dara Tista (2018)	Pengaruh Strategi Diversifikasi Dan <i>Transfer Pricing</i> Terhadap Perencanaan Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda	Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap perencanaan pajak dan <i>transfer pricing</i> berpengaruh negatif terhadap perencanaan pajak perusahaan.
3	Evy Roslita dan Vera Anggraeni (2019)	Pengaruh Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi	Teknik regresi data panel yang digunakan adalah <i>Fixed Effect Model</i> .	Strategi diversifikasi usaha yang diprosikan dengan <i>Herfindahl Index</i> dan Jumlah Segmen berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA). Kepemilikan Manajerial memperkuat hubungan antara Diversifikasi Usaha dengan proksi <i>Herfindahl Index</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA). Namun memperlemah hubungan antara Diversifikasi usaha yang di proksikan dengan Jumlah Segmen terhadap Kinerja Keuangan

				Perusahaan (ROA). Kepemilikan Manajerial dianggap memperlemah hubungan antara Diversifikasi Usaha yang diproksikan dengan <i>Herfindahl Index</i> dan Jumlah Segmen dengan Kinerja
5	Rafli Zuhailal (2018)	Pengaruh Strategi Diversifikasi, Intensitas Penelitian Dan Pengembangan, Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)	Menggunakan metode analisis regresi berganda yang ada di dalam statistic inferensial	Strategi diversifikasi dan penelitian dan pengembangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, sedangkan struktur modal berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.
6	Paskalis A. Panjalusman, Erik Nugraha, dan Audita Setiawan (2018)	Pengaruh <i>Transfer Pricing</i> Terhadap Penghindaran Pajak	Menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>transfer pricing</i> berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap penghindaran pajak ( <i>tax avoidance</i> ).
7	Ristianna Dwi Rahmawati	Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan	Analisis data menggunakan regresi data	Beban pajak, kepemilikan asing, ukuran

	(2019)	Asing, Ukuran Perusahaan Dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Peridode 2014-2016	panel yang terdiri analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik. pemilihan model regresi data panel, dan uji hipotesis	perusahaan, dan <i>debt covenant</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
8	Juliawati, dan Atalia Reny (2019)	Pengaruh Strategi Diversifikasi, Transaksi Hubungan Istimewa, Dan Intensitas Modal Terhadap Beban Pajak Perusahaan	Menggunakan analisis regresi linier berganda	Strategi diversifikasi berhubungan negatif dan signifikan terhadap beban pajak perusahaan dan transaksi hubungan istimewa tidak berpengaruh signifikan terhadap beban pajak perusahaan, serta intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap beban pajak perusahaan.
9	Febriana Louw (2020)	Berbagai Faktor Yang Memengaruhi Perusahaan Dalam Pengambilan Keputusan Transfer Pricing	Metode penelitian yang digunakan metode asosiatif dan teknik analisis menggunakan metode kuantitatif	Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , <i>tunneling incentive</i> tidak berpengaruh

				terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
10	Heru Ravensky dan Taufiq Akbar (2021)	Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bisnis, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda meliputi uji asumsi klasik dan uji hipotesis.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> , mekanisme bonus berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> , dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> ..

Sumber : data diolah oleh penulis. 2023

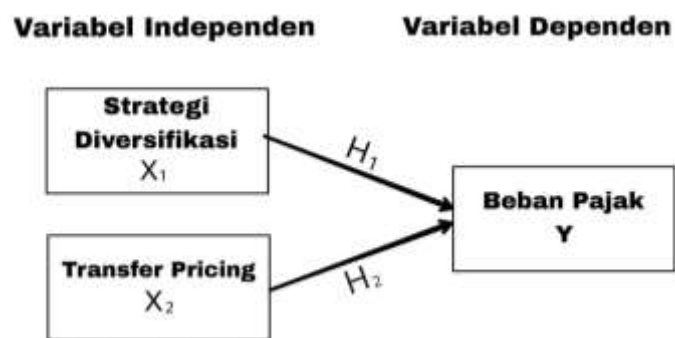
#### D. Kerangka Analisis

Kerangka analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep pemikiran dalam menjalankan penelitian ini. Kerangka analisis ini digunakan peneliti untuk dijadikan dasar dalam membentuk hipotesis dan instrument penelitian yang digunakan.

Banyak perusahaan multinasional yang menginginkan keuntungan perusahaannya lebih besar tetapi meminimalisir beban pajak yang ditanggung atas keuntungan pendapatan tersebut. Strategi diversifikasi dilakukan sebagai sarana untuk menekankan jumlah pajak yang dibayarkan. Strategi diversifikasi dapat dilakukan dengan menambah biaya operasional perusahaan dengan cara membuka segmen baru perusahaan. Selain itu banyak juga perusahaan yang menggunakan *transfer pricing* dengan mengandalkan hubungan istimewa yang dimiliki perusahaan tersebut dengan perusahaan lain. Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi financial lain yang dilakukan perusahaan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan tentang analisis pengaruh strategi diversifikasi dan *transfer pricing* terhadap beban pajak dan dapat mengetahui hubungan yang signifikan antar variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yaitu beban pajak sedangkan variabel independen yaitu strategi diversifikasi dan *transfer pricing*. Adapun model kerangka analisis sebagaimana gambar 2.1 berikut ini.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Analisis**



Sumber: data diolah oleh penulis, 2023

Keterangan:

- > : Garis Pengaruh dan Hubungan
- : Objek yang akan di analisis

## **E. Hipotesis**

### **1. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Beban Pajak**

Tujuan utama perusahaan menggunakan strategi diversifikasi yaitu karena perusahaan meminimalisir terjadinya risiko bisnis dengan cara membuka segmen baru, yang diikuti peningkatan laba perusahaan. Tetapi ketika semakin besar laba yang di dapat maka akan semakin besar pula beban pajak yang ditanggung. Oleh karena itu strategi ini kerap kali digunakan oleh perusahaan. Ketika perusahaan memiliki banyak unit bisnis maka perusahaan membutuhkan tambahan biaya operasional yang lebih besar termasuk apabila perusahaan ingin menggunakan jasa audit. Biaya operasional dan biaya audit yang tinggi akan mengurangi laba perusahaan. Dengan demikian, laba perusahaan menjadi rendah dan beban pajak yang ditanggung juga berkurang. Menurut Anil dan Yigit (2011) penerapan strategi diversifikasi akan meningkatkan biaya birokrasi dan masalah agensi. Masalah agensi ini yang membuat risiko bisnis dalam perusahaan meningkat. Menurut Jensen dan Meckling (1976) masalah keagenan dapat berkurang dengan adanya *agency cost* yaitu pengawasan terhadap kinerja perusahaan yang dilakukan oleh pihak internal maupun pihak eksternal.

Dengan penerapan strategi diversifikasi, perusahaan menilai dapat mengurangi atau penurunan keuntungan dalam siklus bisnis. Karena jika perusahaan mendapatkan keuntungan yang tinggi maka beban pajak yang ditanggung perusahaan juga akan besar. Penelitian (Ardianto & Rachmawati, 2019) menyimpulkan bahwa strategi diversifikasi memiliki hubungan terhadap beban pajak. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan menjadi hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Strategi Diversifikasi berpengaruh negatif terhadap beban pajak**

### **2. Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Beban Pajak**

*Transfer pricing* masih sering kali digunakan oleh perusahaan sebagai *alternative* dalam penghindaran pajak agar beban pajak dapat diminimalisir. Salah satu caranya adalah dengan memanipulasi laporan keuangan dan merekayasa penetapan harga transfer antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa. Karena perusahaan tidak mau membayar pajak dengan jumlah yang besar yang mengakibatkan pendapatannya berkurang, maka

perusahaan melakukan *transfer pricing* dimana pendapatan yang di dapat sebagian di transfer ke perusahaan yang memiliki relasi dengan mereka, supaya terlihat seperti perusahaan tidak memiliki banyak pendapatan. Sehingga ketika perusahaan membayar pajak, maka pajaknya tidak terlalu besar.

Perusahaan memerlukan suatu metode untuk dapat mengintegrasikan unit bisnisnya ketika mengadopsi strategi diversifikasi. Sehingga transaksi-transaksi yang terjadi diukur menggunakan metode penentuan harga atau yang disebut *transfer pricing*. *Transfer pricing* tidak hanya dilakukan oleh antar divisi perusahaan saja tetapi juga untuk transaksi jual-beli antar perusahaan baik luar maupun dalam negeri. Dengan melakukan *transfer pricing*, perusahaan dapat memainkan harga transaksi di bawah atau di atas harga terhadap pihak independen, sehingga memengaruhi tingkat laba perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadani (2019) menyimpulkan bahwa *transfer pricing* memiliki pengaruh terhadap beban pajak. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan menjadi hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: *Transfer Pricing* berpengaruh negatif terhadap beban pajak**