



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**DETERMINAN *TRANSFER PRICING*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG *GO*
PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh
Muhammad Nashiruddin
NIM 7211414208

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2018**

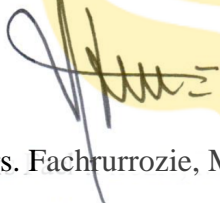
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 09 Agustus 2018

Mengetahui.

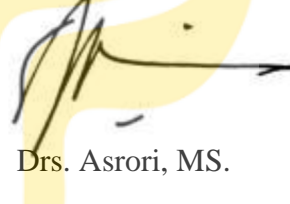
Ketua Jurusan Akuntansi



Drs. Fachrurrozie, M.Si.

NIP. 196206231989011001

Pembimbing



Drs. Asrori, MS.

NIP. 196005051986011001



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 06 September 2018

Penguji I



Drs. Fachrurrozie, M.Si.

NIP. 196206231989011001

Penguji II



Indah Fajarini S. W., S.E., M.Si.Akt, Ph.D.

NIP. 197804132001122002

Penguji III



Drs. Asrori, MS.

NIP. 196005051986011001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.

NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nashiruddin

NIM : 72141414208

Tempat / Tanggal Lahir : Kudus, 16 Oktober 1994

Alamat : Prambatan Lor RT. 06 RW. 03 Kecamatan
Kaliwungu Kabupaten Kudus

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, Agustus 2018



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
Muhammad Nashiruddin
NIM 7211414208

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

1. Allah pencipta langit dan bumi. Apabila Dia hendak menetapkan sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya “Jadilah !” Maka jadilah sesuatu itu (Al – Baqarah: 117).
2. Memulai dengan baik adalah setengah pekerjaan (Aristoteles).

Persembahan

Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya-Nya. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Supriyo Hutomo dan Ibu Murikhah S.Pd.I. yang selalu memberikan kasih sayang, mengiringi dengan segala usaha dan doa sampai saat ini;
2. Adikku Ilham yang selalu menemaniku dan kubanggakan sampai saat ini;
3. Para sahabatku Agus, Farid “Tuwing”, Tain, Taufik, Rozak “Romy”, Thoriq Alm., Wiryo, Aldino, Mugi, Cak, Rofiki, Shukron, Rohman, Fano, Heri “Cepot”, Nina, Intan, dan Tsania yang telah memberikan kenangan yang tak pernah kulupakan dalam hidupku;
4. Teman – Teman KKN UNNES 2017 Desa Candigaron Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang yang telah memberikan semangat dan rasa kekeluargaannya.

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memeberikan berkah, rahmat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhir zaman yang telah membimbing umatnya menuju jalan kebenaran. Skripsi ini yang berjudul “Determinan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia” disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mendapat bantuan, bimbingan dan dorongan darai berbagai pihak, sehingga segala macam hambatan yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Supriyo Hutomo dan Ibu Murikhah S.Pd.I. yang selalu memberikan kasih sayang, mengiringi dengan segala usaha dan doa sampai saat ini.
2. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Heri Yanto, MBA., PhD., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

4. Drs. Asrori, M.S., dosen pembimbing dan dosen wali Akuntansi C 2014 yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang atas bimbingan, bantuan, dan kesabaran dalam memberikan ilmu yang tidak terhitung jumlahnya
6. Teman – teman Akuntansi A, B, C, D angkatan 2014 atas bantuan dan semangatnya.
7. Teman – teman KKN UNNES 2017 Desa Candigaron. Terima kasih atas perjuangannya selama melaksanakan KKN serta rasa kekeluargaannya.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis dengan adanya tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya penulis dan pihak lain pada umumnya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, Agustus 2018

Muhammad Nashiruddin

SARI

Nashiruddin, Muhammad. 2018. “Determinan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia”. Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Drs. Asrori, MS.

Kata Kunci : *Transfer Pricing*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Mekanisme Bonus, Pajak, Laba Bersih.

Transfer pricing digunakan untuk menetapkan harga atas barang maupun jasa yang diperdagangkan dari anak perusahaan kepada anak perusahaan lain atau kepada induk perusahaan. Harga yang ditetapkan tersebut tidak sesuai dengan harga pasar yang sewajarnya. Perusahaan berskala multinasional menerapkan kebijakan *transfer pricing* untuk mengurangi pajak yang dibayarkan dengan rekayasa harga barang yang diperdagangkan kepada pihak berelasi perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, pajak, dan laba bersih.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menguji pengaruh antar variabel yang dihipotesiskan melalui penyajian data numerik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari *annual report* dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012 hingga tahun 2016. Penentuan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi logistik (*logistic regression*) dengan bantuan program IBM SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*, pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*, dan laba bersih berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Di sisi lain, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Koefisien determinasi terhadap *transfer pricing* diperoleh sebesar 41,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lain diluar penelitian ini.

Simpulan dari penelitian ini yaitu *leverage*, pajak, dan laba bersih menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Di sisi lain, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

ABSTRACT

Nashiruddin, Muhammad. 2018. *“Transfer Pricing Determinants of Go Public Manufacturing Companies in Indonesia Stock Exchange”*. Final Project. Accounting Departement. Faculty of Economics. State University of Semarang. Advisor Drs. Asrori, MS.

Keywords : *Transfer Pricing, Firm Size, Leverage, Bonus Mechanism, Tax, Net Profit.*

Transfer pricing used to set the prices of goods and services traded from subsidiary to another subsidiary or the parent company. The price set does not correspond to the market price. Multinational companies applying transfer pricing policies to reduce the taxes paid by manipulation the prices of of the goods or services being traded to related parties of the company.

This study aim to determine the factors that could affect the company's transfer pricing. The dependent variable in this study is transfer pricing. The independent variables in this study consisted of firm size, leverage, bonus mechanism, tax, and net profit.

This type of study is a quantitative study that evaluated the effects of variables that are hypothesized through the presentation of numeric data. The data used in this study is secondary data based on annual report and the financial statements of of go public manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange during the years 2012 – 2016. The samples in this study was chosen using purposive sampling method. The analysis technique in this study was the logistic regression analysis through the IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 23 program.

The results of this study indicated that leverage is positive and significantly associated with transfer pricing, tax is positive and significantly associated with transfer pricing, and net profit is positive and significantly with transfer pricing. In other side, firm size is not significantly with transfer pricing, and bonus mechanism is not significantly with transfer pricing. The determination coefficient of transfer pricing obtained for 41.6%, while the rest is explained by the independent variables other than this study.

The conclusions of this study showed that leverage, tax and net profit are positive and significantly with transfer pricing. In other side, firm size and bonus mechanism are not significantly with transfer pricing.

DAFTAR ISI

Sampul	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Kelulusan.....	iii
Pernyataan	iv
Motto dan Persembahan	v
Prakata.....	vi
Sari	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	16
1.3. Cakupan Masalah.....	18
1.4. Perumusan Masalah	19
1.5. Tujuan Penelitian	19
1.6. Kegunaan Penelitian	20
1.7. Orisinalitas Penelitian	21

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	22
1.1. Kajian Teori Utama	22
2.1.1. <i>Agency Theory</i> (Teori Keagenan)	22
2.1.2. <i>Risk Aversion Theory</i> (Teori Menolak Resiko)	28
2.2. Kajian Variabel Penelitian	29
2.2.1. <i>Transfer Pricing</i>	29
2.2.2. Ukuran Perusahaan	36
2.2.3. <i>Leverage</i>	38
2.2.4. Mekanisme Bonus	42
2.2.5. Pajak	43
2.2.6. Laba Bersih	48
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu	49
2.4. Kerangka Berpikir	55
2.4.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i>	55
2.4.2. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	58
2.4.3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap <i>Transfer Pricing</i>	60
2.4.4. Pengaruh Pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i>	61
2.4.5. Pengaruh Laba Bersih terhadap <i>Transfer Pricing</i>	64
2.5. Hipotesis Penelitian	67
BAB III. METODE PENELITIAN	69
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	69
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	70
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian	71

3.3.1. Variabel Dependen (Y)	72
3.3.2. Variabel Independen (X)	72
3.4. Metode Pengumpulan Data	78
3.5. Metode Analisis Data	79
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	80
3.5.2. Analisis Statistik Inferensial	81
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1. Hasil Penelitian	87
4.1.1. Hasil Analisis Deskriptif	87
4.1.1.1. <i>Transfer Pricing</i> (Y)	87
4.1.1.2. Ukuran Perusahaan (X1)	89
4.1.1.3. <i>Leverage</i> (X2)	90
4.1.1.4. Mekanisme Bonus (X3)	91
4.1.1.5. Pajak (X4)	92
4.1.1.6. Laba Bersih (X5)	93
4.1.2. Analisis Regresi Logistik	93
4.1.2.1. Menilai Kelayakan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	94
4.1.2.2. Menilai Kelayakan Model Regresi (<i>Goodness of Fit</i>)	97
4.1.2.3. Koefisien Determinasi	98
4.1.2.4. Matriks Klasifikasi 2 X 2	99
4.1.2.5. Uji Multilolonieritas	101
4.1.2.6. Estimasi Parameter dan Interpretasinya (Uji Hipotesis)	102

4.2. Pembahasan.....	106
4.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i>	106
4.2.2. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	108
4.2.3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap <i>Transfer Pricing</i>	110
4.2.4. Pengaruh Pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i>	111
4.2.5. Pengaruh Laba Bersih terhadap <i>Transfer Pricing</i>	113
BAB V. PENUTUP	116
5.1. Simpulan	116
5.2. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	125



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3.1. Prosedur Penentuan Sampel.....	71
Tabel 3.2. Variabel <i>Dummy</i> yang Digunakan dalam <i>Transfer Pricing</i> (Y).....	72
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian	78
Tabel 4.1. Analisis Distribusi Frekuensi Variabel <i>Transfer Pricing</i> (Y)	88
Tabel 4.2. Analisis Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan (X1)	89
Tabel 4.3. Analisis Statistik Deskriptif <i>Leverage</i> (X2).....	90
Tabel 4.4. Analisis Statistik Deskriptif Mekanisme Bonus (X3)	91
Tabel 4.5. Analisis Statistik Deskriptif Pajak (X4).....	92
Tabel 4.6. Analisis Statistik Deskriptif Laba Bersih (X5)	93
Tabel 4.7. Uji Kelayakan Model -2LL Awal	95
Tabel 4.8. Uji Kelayakan Model -2LL Langkah Berikutnya	96
Tabel 4.9. Perbandingan Nilai -2LL <i>Step</i> 0 dengan -2LL <i>Step</i> 1	97
Tabel 4.10. <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	97
Tabel 4.11. Hasil Uji Koefisien Determinasi	98
Tabel 4.12. Hasil Uji Matriks Klasifikasi <i>Step</i> 0	99
Tabel 4.13. Hasil Uji Matriks Klasifikasi <i>Step</i> 1	100
Tabel 4.14. <i>Correlation Matrix</i>	101
Tabel 4.15. Tabel Uji Koefisien Regresi.....	102
Tabel 4.16. Ringkasan Hasil Penelitian	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Jumlah <i>Transfer Pricing</i> di Indonesia	8
Gambar 2.1. Model Kerangka Berpikir	67



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur	126
Lampiran 2. Daftar <i>Transfer Pricing</i> Pada Sampel Perusahaan Manufaktur Selama Periode Pengamatan.....	127
Lampiran 3. Tabulasi Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Sampel Selama Periode Pengamatan	128
Lampiran 4. Tabulasi <i>Leverage</i> Pada Perusahaan Sampel Selama Periode Pengamatan.....	129
Lampiran 5. Tabulasi Mekanisme Bonus Pada Perusahaan Sampel Selama Periode Pengamatan	130
Lampiran 6. Tabulasi Pajak Pada Perusahaan Sampel Selama Periode Pengamatan	131
Lampiran 7. Tabulasi Laba Bersih Pada Perusahaan Sampel Selama Periode Pengamatan.....	132



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya globalisasi mengakibatkan semakin berkembangnya perekonomian dan arus perdagangan antar negara di dunia. Globalisasi memiliki peranan mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan - hambatan antar negara dalam rangka memudahkan arus perekonomian, perdagangan, dan sumber daya manusia antar negara (Saraswati & Sujana, 2017). Akibatnya perkembangan organisasi bisnis antar negara menjadi sangat mudah. Sejak tumbuhnya usaha secara konglomerasi maka muncullah grup perusahaan yang merambah semua lini bisnis dari hulu ke hilir. Mereka mengendalikan usaha yang saling berhubungan dan saling mendukung satu sama lain. Dunia bisnis tidak lagi hanya berkiprah di tempat kedudukan asalnya, untuk memperkuat kedudukan bisnisnya perusahaan tersebut membuka cabang atau anak perusahaan baik secara nasional, regional maupun internasional (Gusnardi, 2009). Dengan demikian, suatu perusahaan dihadapkan pada situasi persaingan yang semakin ketat, baik perusahaan domestik maupun perusahaan asing di suatu negara.

Maraknya pertumbuhan bisnis saat ini menyebabkan persaingan pasar semakin tidak bisa dibendung. Keadaan seperti ini tentunya memaksa manajemen perusahaan merancang kembali strategi bisnis mereka dalam menghadapi situasi tersebut. Timbul persoalan pokok sehubungan dengan persaingan ketat di ranah bisnis, salah satunya adalah *transfer pricing*. Menurut Suandy (2006: 63), *transfer*

pricing atau dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai harga transfer merupakan istilah yang berkaitan erat dengan harga transaksi barang, jasa, atau harta tidak berwujud antar perusahaan dalam perusahaan multinasional. Secara pejoratif (dalam artian penyalahgunaan), *transfer pricing* diartikan sebagai harga yang ditetapkan oleh perusahaan multinasional dengan maksud untuk mengalokasikan penghasilan dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya pada negara yang berbeda dalam perusahaan multinasional tersebut dengan tujuan menurunkan laba kena pajak di negara yang mempunyai tarif pajak tinggi dan mengalihkan labanya di negara lain yang tarif pajaknya rendah atau bahkan nol. *Transfer pricing* paling sering merujuk pada harga yang ditetapkan pada barang yang diperdagangkan secara internal dalam perusahaan, tetapi juga bisa mengacu pada harga dari jasa yang diperdagangkan secara internal (Stewart, 1989).

Transfer pricing digunakan untuk menetapkan harga atas barang maupun jasa yang diperdagangkan dari anak perusahaan kepada anak perusahaan lain atau kepada induk perusahaan. Dimana harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan harga pasar, harga yang ditetapkan didasarkan pada kriteria yang sewenang-wenang (Stewart, 1989). Dampak *transfer pricing* adalah harga yang terlalu tinggi (*overpricing*), atau sebaliknya, harga yang terlalu rendah (*underpricing*). Hal ini sering terjadi dalam kasus *dumping* untuk perdagangan internasional. Selain motivasi bisnis, *transfer pricing* multinasional juga dimaksudkan untuk mengendalikan, mekanisme arus sumber daya antara anggota grup dan memaksimalkan laba setelah pajak (Suandy, 2006: 63).

Fenomena terkait *transfer pricing* yang saat ini terjadi adalah praktik *transfer pricing* justru menjadi salah satu upaya penyalahgunaan perencanaan pajak perusahaan, khususnya perusahaan berskala multinasional dimana *transfer pricing* digunakan untuk mengurangi pajak yang dibayarkan melalui rekayasa harga pada barang atau jasa yang diperdagangkan kepada pihak berelasi perusahaan. Clausing (2003) melakukan penelitian di Amerika Serikat yang menghasilkan temuan bahwa terjadinya perdagangan antar perusahaan dipengaruhi oleh strategi minimalisasi pajak yang dilakukan perusahaan – perusahaan multinasional. Terdapat bukti yang menunjukkan bahwa Amerika Serikat memiliki neraca perdagangan antar perusahaan yang kurang menguntungkan dengan tarif pajak yang rendah. Hasil ini diantisipasi jika perusahaan multinasional memanipulasi harga transfer dalam rangka mengalihkan pendapatannya ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Temuan tersebut menunjukkan bukti bahwa *transfer pricing* terjadi dikarenakan adanya hubungan langsung antara pajak yang dibayarkan kepada perusahaan – perusahaan yang berafiliasi di luar negeri dan antar transaksi perdagangan aktual perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Clausing (2003) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh kuat terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian Lin dan Chang (2010) menyatakan bahwa dengan mentransfer harga, perusahaan dapat mengalihkan penghasilan kena pajak dalam rangka memujudkan tujuan penghindaran pajak. Perusahaan – perusahaan multinasional secara efektif mengalihkan keuntungannya ke lokasi yang tarif pajaknya lebih ringan dengan memanipulasi harga transfer pada setiap transaksi antar perusahaan yang berada dalam satu grup (Clausing, 2003). Perusahaan yang

beroperasi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak tinggi dapat “mentransfer harga” terhadap pendapatan dan beban serta mengalihkan pendapatannya ke negara yang memiliki yurisdiksi pajak rendah untuk mengurangi atau bahkan menghindari pajak yang dikenakan. Praktik harga transfer ini dilakukan dengan menjual barang hasil produksi dengan harga yang lebih murah kepada perusahaan afiliasi yang beroperasi di negara dengan yurisdiksi pajak rendah sehingga keuntungan yang di peroleh perusahaan yang beroperasi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak tinggi menjadi rendah, sebaliknya justru memperoleh keuntungan tinggi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak rendah (Barker, Asare, & Brickman, 2017).

Apabila dikaitkan dengan praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk mengurangi pembayaran pajak yang terutang, terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah. Wajib pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin karena dengan membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomi pajak. Pemerintah memerlukan dana untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan yang sebagian besar dari penerimaan pajak. Adanya perbedaan kepentingan ini menyebabkan wajib pajak khususnya perusahaan cenderung mengurangi jumlah pembayaran pajak (Lestari & Kusmuriyanto, 2015).

Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Pelaksanaan perencanaan pajak tidak sejalan dengan tujuan awal dari sistem pajak karena membuat wajib pajak cenderung melakukan penggelapan pajak (Sulistiani & Jayanto, 2016). Jumlah pajak yang harus disetorkan tergantung dari besar kecilnya laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin

tinggi pula jumlah kewajiban pajak yang harus disetorkan (Anissa & Handayani, 2015).

Di satu sisi pemerintah berupaya untuk meningkatkan optimalisasi penerimaan pajak, sedangkan upaya pemerintah bertentangan dengan perusahaan sebagai wajib pajak karena dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh sehingga perusahaan meminimalkan pembayaran pajak (Turyatini, 2017). Wajib pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin karena membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomi mereka, sementara pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai administrasi negara yang sebagian besar dari penerimaan pajak (Christiani & Kusmuriyanto, 2016). Perusahaan akan memperoleh ketersediaan kas lebih besar yang dapat digunakan dalam kegiatan produksi atau investasi sehingga meningkatkan arus kas masa depan yang dihasilkan oleh perusahaan apabila melakukan kegiatan atas pajak yang dibayarkan (Febriyanto & Firmansyah, 2018). Pajak merupakan salah satu faktor utama mengapa perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Melalui praktik *transfer pricing*, wajib pajak perusahaan menggunakan pemahaman dan pengetahuan yang baik tentang celah peraturan perpajakan di Indonesia untuk meminimalkan beban pajak yang terutang.

Transfer pricing merupakan isu yang sensitif dalam dunia bisnis maupun ekonomi secara global, terutama dalam perpajakan. Aktivitas dari *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan multinasional akan mempengaruhi tingkat penerimaan negara dari sisi pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. *Transfer pricing* dilakukan dengan menentukan jumlah penghasilan yang didapat dari masing – masing perusahaan yang terlibat dan penerimaan pajak penghasilan di negara

pengekspor maupun negara pengimpor (Noviastika, Mayowan, & Karjo, 2016). Perusahaan multinasional dihadapkan dengan lingkungan pajak yang beragam, termasuk tarif pajak, biaya pengolahan, pengurangan dan pembebasan pajak, yurisdiksi pajak, dan perjanjian pajak (Lin & Chang, 2010). Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda, tetapi juga terbuka untuk penyalahgunaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah, dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2012).

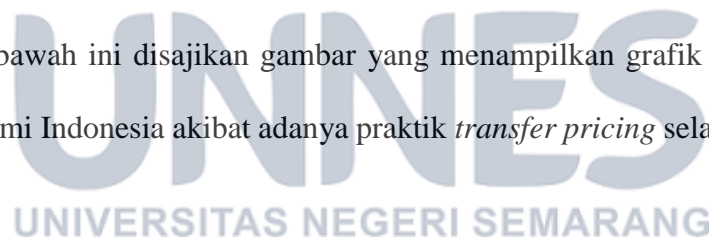
Perusahaan berskala multinasional melakukan praktik *transfer pricing* dengan cara menjual barang dengan harga yang ditetapkan di bawah harga pasar atau harga yang sewajarnya, dan membeli barang tersebut dengan harga di atas pasar untuk memperkecil beban pajak yang dibayarkan. Perusahaan – perusahaan multinasional menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak yang dibebankan kepada mereka. Caranya tidak mudah yaitu dengan memanfaatkan celah – celah peraturan yang ada mereka dapat memindahkan keuntungan di negara tempat beroperasi perusahaan tersebut ke luar negeri yang tarif pajaknya jauh lebih rendah (Setiawan, 2014). Indikasi terjadinya praktik Di Indonesia dapat dilihat jika terdapat ketidakwajaran dalam transaksi dan perusahaan yang saling bertransaksi memiliki hubungan istimewa (Gusnardi, 2009).

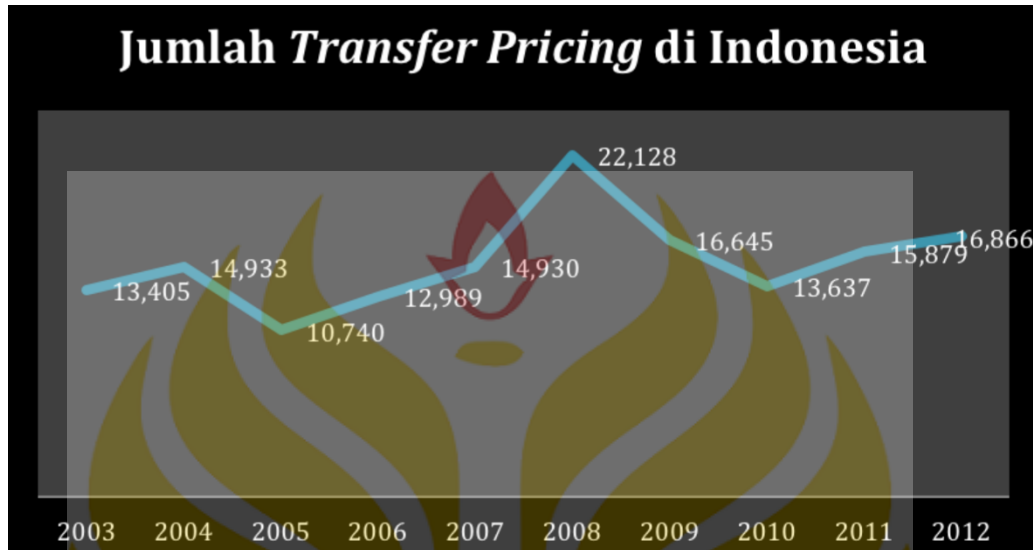
Jika kita berkilas balik ke belakang, kasus penghindaran pajak dengan memanfaatkan praktik *transfer pricing* di Indonesia pernah dilakukan oleh PT.

Adaro dengan perusahaan afiliasinya yang beroperasi di negara Singapura (*Coaltrade Service International Pte Ltd.*). Dilansir dari Detik Finance, PT. Adaro Indonesia diduga menjual batubara di bawah harga pasar ke perusahaan afiliasinya di Singapura pada 2005 dan 2006. Tapi dijual lagi ke pasar sesuai harga pasaran. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari royalti yang dibayarkan ke negara (Lih & Ir, 2008). Akibat dari praktik *transfer pricing* ini pemerintah mengalami kerugian dari sisi penerimaan pajak.

Kasus *transfer pricing* yang lain juga sempat dilakukan oleh PT. Asian Agri Group pada tahun 2016. Menurut yang diberitakan oleh *radarkota.com* modusnya dilakukan dengan cara menjual produk minyak sawit mentah (*Crude Palm Oil*) keluaran Asian Agri ke perusahaan afiliasi di luar negeri dengan harga di bawah harga pasar untuk kemudian dijual kembali ke pembeli riil dengan harga tinggi untuk menekan beban pajak di dalam negeri bisa. Selain itu, rupanya perusahaan – perusahaan luar negeri yang menjadi rekanan Asian Agri sebagian adalah perusahaan fiktif. Atas terkuaknya kasus tersebut, Asian Agri Group divonis bersalah dan harus membayar denda atas kejahatannya (Tian, 2016).

Dibawah ini disajikan gambar yang menampilkan grafik jumlah kerugian yang dialami Indonesia akibat adanya praktik *transfer pricing* selama tahun 2003 – 2012.





Gambar 1.1. Grafik Jumlah *Transfer Pricing* di Indonesia.

Sumber: *Global Financial Integrity Report* dalam US \$ (2014) dalam Karomatunnisa (2016).

Berdasarkan gambar 1.1., diketahui bahwa praktik *transfer pricing* di Indonesia paling tinggi mencapai US \$ 22,128 miliar di tahun 2008. Sedangkan pada tahun 2010, praktik *transfer pricing* di Indonesia mengalami penurunan hanya US \$ 13,637 miliar. Namun, praktik *transfer pricing* mengalami peningkatan pada tahun – tahun selanjutnya. Menurut Ferry Irawan, Pelaksana Seksi *Transfer Pricing* dan Transaksi Khusus Lainnya. Direktorat Jendral Pajak, mengatakan bahwa praktik *transfer pricing* dari tahun 2012 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya (Karomatunnisa, 2016).

Terkait dengan pencegahan penghindaran pajak melalui praktik *transfer pricing*, Pemerintah RI akhir tahun 2016 lalu telah mengimplementasikan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.03/2016. Peraturan menteri tersebut

mewajibkan perusahaan yang memiliki transaksi terafiliasi untuk melaporkan paket dokumentasi *transfer pricing* meliputi dokumen induk, dokumen lokal, dan laporan per negara (Bisnis.com, 2017). Berdasarkan pendapat yang telah disampaikan oleh Gusnardi (2009) bahwa sebelum dilakukan pengimplementasian terhadap Peraturan Menteri Keuangan No. 213/PMK. 03/2016, pemerintah sudah terlebih dahulu menetapkan Keputusan Menteri Keuangan No. 94/KMK. 01/1994 tanggal 29 Maret 1994 tentang Organisasi dan Tatakerja Direktorat Jenderal Pajak pasal 79 yang menyebutkan bahwa Subdirektorat Evaluasi dan Informasi Perpajakan mempunyai tugas mengumpulkan informasi perpajakan dari negara lain dalam rangka mencegah penghindaran dan penyelundupan pajak dalam bentuk *transfer pricing* atau bentuk lainnya, melaksanakan pertukaran informasi perpajakan dengan negara lain, melaksanakan evaluasi pelaksanaan perjanjian perpajakan dan kerjasama internasional di bidang perpajakan serta menelaah hubungan ekonomi keuangan dan peraturan perpajakan lain. Namun tetap saja banyak perusahaan yang masih membandel.

Tantangan pajak multinasional merupakan salah satu permasalahan yang paling kompleks dan berpotensi sulit yang dihadapi oleh perusahaan. Pada saat yang sama, kompleksitas ini memberikan kesempatan yang cukup untuk mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh, meningkatkan arus kas, dan pajak moderat (Holtzman & Nagel, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Clausing (2003), Lo *et al.* (2010) Yuniasih *et al.* (2012), Noviasatika *et al.* (2016) Saraswati & Sujana (2017), Tiwa *et al.* (2017), dan Refgia (2017) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Selain faktor pajak, ada faktor non pajak yang mendorong perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* yaitu laba bersih. Sebenarnya tujuan utama perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah meningkatkan penghasilan globalnya. Praktek *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan untuk memaksimalkan laba nya dengan memanipulasi laba yang diperoleh pada setiap penjualan yang dilakukan atau dengan mengalihkan laba nya ke perusahaan afiliasi yang beroperasi di negara yang mengenakan tarif pajak rendah.

Motivasi perusahaan multinasional dalam melakukan *transfer pricing* tidak selalu berhubungan dengan aktivitas pengurangan pajak, misalnya *transfer pricing* digunakan untuk meningkatkan keuntungan artifisial perusahaan (Stewart, 1989). Sehubungan dengan laba bersih dalam kaitannya dengan *transfer pricing*, menurut Richardson *et al.* (2013) bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung terlibat dalam transaksi atau skema yang dirancang untuk menghindari pajak perusahaan secara signifikan. Serta perusahaan yang memiliki laba sebelum pajak yang lebih tinggi dapat menghindari pajak perusahaan secara proporsional daripada perusahaan yang memiliki laba sebelum pajak yang lebih rendah. Kaitannya dengan *transfer pricing*, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi kemungkinan menyesuaikan harga transfernya untuk mengurangi laba di negara yang menerapkan tarif pajak tinggi maupun sebaliknya. Terkait dengan laba bersih terhadap *transfer pricing*, penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et al.* (2013) tersebut menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Transfer pricing adalah kegiatan pengalihan harga yang notabene juga digunakan untuk meningkatkan laba atau keuntungan melalui pengalihan keuntungan dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang berafiliasi baik dari anak perusahaan ke induk perusahaan atau sebaliknya. Semakin tinggi laba bersih yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi pula beban pajak yang dikenakan kepada perusahaan tersebut, terlebih apabila tarif pajak yang dikenakan dalam jumlah besar tentu hal ini akan berdampak pada laba yang diperoleh perusahaan. Alasan seperti itu tentunya dapat memotivasi perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*.

Pengalihan laba perusahaan dapat dilakukan melalui pelaporan laba dalam laporan keuangan yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Laporan keuangan seringkali disalahgunakan oleh manajemen dengan melakukan perubahan dalam penggunaan metode akuntansi yang digunakan (Sumanto, Asrori, & Kiswanto, 2014). Laba mencerminkan indikator kinerja keuangan perusahaan pada setiap aktifitas operasional perusahaan. Jika laba yang diperoleh tinggi menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan tersebut semakin baik. Sebaliknya, semakin sedikit laba yang dihasilkan menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan semakin rendah. Laba bersih perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan (Ifada & Kusumadewi, 2014). Jadi baik atau buruknya kinerja keuangan sebuah perusahaan dapat dilihat dari kemampuannya dalam menghasilkan laba bersih setiap periodenya. Maka perusahaan bisa saja meningkatkan laba bersihnya melalui praktik *transfer pricing*.

Terdapat faktor lain yang menyebabkan perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi dalam perhitungan akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan kepada manajer atau direksi perusahaan dengan melihat perolehan laba setiap tahunnya. Terkait tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, manajer memiliki informasi atas laba bersih perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan periode saat ini (Healy, 1985). Apabila pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba yang diperoleh, maka logis jika direksi perusahaan berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015). Adanya sistem pemberian bonus memungkinkan manajer untuk meningkatkan pendapatan perusahaan yang dilaporkan. Mengacu pada pendapatan perusahaan yang dilaporkan tersebut, pihak manajemen memiliki kemungkinan lebih untuk meningkatkan pendapatan melalui praktik *transfer pricing* untuk menikmati hadiah yang diperoleh, dalam hal ini adalah bonus (Lo, Wong, & Firth, 2010).

Meskipun dalam memperoleh bonus yang diinginkan, manajer cenderung melakukan manipulasi laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Terkait dengan mekanisme bonus, hasil penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.* (2010) menunjukkan bahwa bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2017), Marisa (2017), dan Refgia (2017) menunjukkan hasil yang bertentangan dimana mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berangkat dari hal tersebut,

mekanisme bonus merupakan salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan.

Ada faktor lain yang menyebabkan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya sebuah perusahaan. Nilai besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar total aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Wijaya, Supatmi, & Widi, 2011). Ukuran sebuah perusahaan merupakan hal yang penting bagi investor karena berhubungan dengan investasi yang akan dilakukan (Siregar & Utama, 2005). Menurut Richardson *et al.* (2013), perusahaan – perusahaan besar biasanya terlibat dalam kegiatan bisnis dan transaksi keuangan yang lebih besar daripada perusahaan – perusahaan kecil, sehingga memberikan peluang tambahan untuk menghindari pajak secara signifikan. Perusahaan – perusahaan besar cenderung melakukan transaksi substansial antar perusahaan yang salah satunya mungkin terindikasi terdapat praktik *transfer pricing*. Oleh karena itu, perusahaan – perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak, serta memiliki sumber daya dan insentif untuk mengurangi jumlah pajak perusahaan yang terutang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et al.* (2013) dan Marisa (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) menunjukkan hasil yang kontradiktif dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Terkait dengan praktik *transfer pricing* yang dijalankan oleh perusahaan multinasional, Sulistiono (2010:36) menyatakan bahwa

perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki jumlah aset yang relatif lebih kecil (Marisa, 2017). Berangkat dari pernyataan tersebut, semakin besar laba yang dihasilkan maka semakin besar pula pajak yang dikenakan oleh pemerintah kepada perusahaan. Tentunya perusahaan tersebut termotivasi untuk memaksimalkan labanya dan mengurangi pajak yang dibayarkan melalui praktik *transfer pricing*.

Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional juga disebabkan oleh faktor lain yaitu *leverage*. Berkaitan dengan praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional, penelitian yang dilakukan oleh Bernard *et al.* (2006) menyatakan bahwa perusahaan dengan rasio *debt-to-equity* tinggi cenderung memiliki pajak yang agresif dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *debt-to-equity* rendah (Richardson, Taylor, & Lanis, 2013). Menurut Richardson *et al.* (2013), keuangan perusahaan – perusahaan multinasional yang berada dalam satu induk yang sama biasanya dibiayai oleh transfer utang atau modal. Transfer utang atau modal dimotivasi oleh peluang arbitrase pajak, dengan demikian perusahaan – perusahaan yang terlibat dalam transfer utang atau modal tersebut untuk tujuan pajaknya memiliki kecenderungan agresifitas *transfer pricing* yang tinggi. Berkaitan dengan hal tersebut terdapat kemungkinan bahwa *leverage* bertindak sebagai pengganti terhadap agresifitas

transfer pricing dalam pengurangan kelompok utang pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et al.* (2013) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Fenomena di atas menunjukkan ketidakadilan dalam perpajakan akibat praktik *transfer pricing*. Meskipun pemerintah telah menetapkan aturan mengenai *transfer pricing*, namun tetap saja banyak perusahaan yang melakukan pelanggaran. Seharusnya pihak manajemen perusahaan sadar bahwa melakukan praktik *transfer pricing* adalah tindakan yang melanggar hukum. Maraknya *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan tentu saja berpengaruh terhadap berkurangnya penerimaan negara di sektor pajak yang notabene berpengaruh terhadap terhambatnya pembangunan nasional.

Perlu penanganan yang lebih serius terhadap perilaku *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional, misalnya dengan mencabut izin beroperasi perusahaan yang bersangkutan. Sebab pemberian hukuman denda oleh pihak otoritas pajak nasional kepada perusahaan yang melakukan pelanggaran *transfer pricing* dirasa kurang efektif untuk menanggulangi masalah tersebut. Dalam menyusun rencana aksi untuk melawan praktik – praktik penghindaran pajak dari perusahaan multinasional, pihak otoritas pajak perlu menetapkan mekanisme penting apabila pengalihan keuntungan atau laba perusahaan terjadi (Cristea & Nguyen, 2016).

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan sebelumnya dan masih banyaknya perusahaan multinasional yang memanfaatkan celah perpajakan melalui *transfer pricing* untuk mengurangi pembayaran pajak peneliti tertarik untuk

melakukan pengujian kembali pengaruh pajak dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Jadi dari uraian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti mengambil judul penelitian “**Determinan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah hasil dari fenomena *gap* dan perbedaan *research gap* dari beberapa peneliti sebelumnya yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah. Fenomena *gap* yang terjadi adalah masih adanya permasalahan terhadap penyalahgunaan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia, diyakini bahwa perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak dengan memanfaatkan celah – celah peraturan yang ada.

Penyalahgunaan *transfer pricing* sangat berpotensi menyebabkan resiko berkurangnya atau bahkan hilangnya pendapatan negara dari sisi penerimaan pajak. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional misalnya ukuran perusahaan, *leverage*, bonus yang diberikan kepada direksi atau manajer, pajak yang dikenakan terhadap perusahaan tersebut, dan laba bersih.

Perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar apabila jumlah aset yang dimilikinya juga besar. Sebaliknya, perusahaan dikategorikan kecil apabila aset yang dimilikinya juga kecil. Perusahaan yang memiliki jumlah aset yang besar relatif stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai jumlah aset kecil. Semakin tinggi laba yang dihasilkan semakin mudah

pula perusahaan memenuhi ketersediaan asetnya. Maksimalisasi laba dapat dilakukan melalui praktik *transfer pricing*. Jadi ukuran perusahaan merupakan faktor penyebab penyalahgunaan *transfer pricing* oleh perusahaan.

Keuangan perusahaan – perusahaan multinasional yang berada dalam satu induk yang sama biasanya berasal dari transfer utang atau modal. Transfer utang atau modal dimotivasi oleh peluang arbitrase pajak, dengan demikian perusahaan – perusahaan yang terlibat dalam transfer utang atau modal tersebut untuk tujuan pajaknya memiliki kecenderungan agresifitas *transfer pricing*. Berkaitan dengan hal tersebut terdapat kemungkinan bahwa *leverage* bertindak sebagai pengganti terhadap agresifitas *transfer pricing* dalam pengurangan kelompok utang pajak (Richardson *et al.*, 2013).

Terkait dengan mekanisme bonus, manajer memiliki akses dan informasi yang lebih banyak tentang laporan keuangan internal perusahaan daripada para pemegang saham, hal inilah yang menyebabkan manajer memiliki kemudahan dalam melakukan manajemen laba dengan memanipulasi laba yang diperoleh perusahaan untuk memperoleh bonus yang diinginkan. Menurut Lo *et al.* (2010), dengan adanya sistem pemberian bonus memungkinkan manajer untuk meningkatkan pendapatan perusahaan yang dilaporkan. Mengacu pada pendapatan perusahaan yang dilaporkan tersebut, pihak manajemen memiliki kemungkinan lebih untuk meningkatkan pendapatan melalui praktik *transfer pricing*.

Perpajakan merupakan faktor penyebab terjadinya permasalahan *transfer pricing*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba yang diperolehnya dengan

meminimalkan beban pajak yang dibayarkan. Masalah perpajakan menyebabkan perbedaan kepentingan yang tidak bisa dihindari baik pemerintah maupun perusahaan. Bagi pemerintah, pajak merupakan sumber penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan. Sedangkan bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai pengurang keuntungan, karena semakin banyak beban pajak yang dikenakan semakin berkurang keuntungan yang diperoleh.

Dilihat dari tujuannya, *transfer pricing* digunakan untuk memaksimalkan penghasilan global suatu perusahaan. Tentunya laba bersih merupakan faktor utama penyebab mengapa *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan. Melalui praktik *transfer pricing* perusahaan dapat memaksimalkan laba yang diperoleh dengan berupaya meminimalkan beban pajaknya, terutama Pajak Penghasilan Badan. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin tinggi pula pajak yang dikenakan terhadap perusahaan tersebut.

1.3. Cakupan Masalah

Cakupan masalah dalam penelitian ini berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah yang sebelumnya telah dijelaskan sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, pajak, dan laba bersih terhadap upaya perusahaan manufaktur berskala multinasional dalam melakukan *transfer pricing*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* yang diukur dengan variabel *dummy*. Variabel independen terdiri dari lima variabel yang terdiri dari ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural terhadap total aset perusahaan, *leverage* diukur dengan

debt to equity ratio, mekanisme bonus diukur dengan indeks trend laba bersih, pajak diukur dengan *effective tax rate*, dan laba bersih diukur dengan *net profit margin*.

Pemilihan variabel tersebut dikarenakan masih terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu. Sampel dalam penelitian ini dibatasi hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang telah go public di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun mulai dari periode 2012 – 2016.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah sebelumnya, maka perlu dilakukan pengkajian terhadap faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi untuk melakukan tindakan *transfer pricing*. Perumusan masalah disusun sebagai berikut sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* ?
2. Bagaimanakah pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing* ?
3. Bagaimanakah pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* ?
4. Bagaimanakah pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* ?
5. Bagaimanakah pengaruh laba bersih terhadap *transfer pricing* ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah disusun sebelumnya, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh laba bersih terhadap *transfer pricing*.

1.6. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis dan Akademis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi perkembangan teori dan studi akuntansi dengan memberikan gambaran faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*, terutama perusahaan manufaktur skala multinasional yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, diharapkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan diskusi dan bahan kajian bagi pembaca serta sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya berkaitan dengan topik yang diuji dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berkaitan dengan pentingnya pengawasan maupun pengendalian serta efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, pajak, dan laba bersih terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* sehingga kecurangan maupun penyelewengan terhadap

kebijakan *transfer pricing* di Indonesia dapat diminimalisir atau bahkan dihilangkan.

Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, pajak, dan laba bersih terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan tindakan *transfer pricing*. Sehingga dapat menambah kesadaran akan pentingnya etika berbisnis yang baik dan membantu perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan secara benar dan matang.

1.7. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti menghadirkan *grand theory* baru yang belum pernah dijadikan landasan teori dalam beberapa penelitian serupa sebelumnya yaitu *risk aversion theory* (teori menolak resiko) yang mengasumsikan tidak ada individu yang bersedia membayar pajak secara sukarela. Oleh sebab itu individu akan selalu menentang untuk membayar pajak.

Terkait dengan rentang waktu data (*time series*) yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rentang waktu yang relatif lebih lama yaitu selama lima tahun pengamatan dalam melakukan uji data dan hipotesis agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dari penelitian sebelumnya. Dimana dalam penelitian serupa yang terdahulu rata – rata rentang waktu data yang digunakan selama tiga tahun pengamatan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1. Kajian Teori Utama

2.1.1. *Agency Theory* (Teori Keagenan)

Teori ini dikembangkan pertama kali oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Teori keagenan menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan selaku *agent* yang bertindak sebagai pembuat keputusan dalam menjalankan perusahaan dan pemegang saham selaku *principal* yang merupakan pemilik perusahaan atau penanam modal dan melakukan evaluasi informasi. Dalam hubungan antara manajer (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*) terjadi konflik akibat adanya perbedaan kepentingan (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan agensi terjadi ketika salah satu pihak (*principal*) menyewa pihak lain (*agent*) untuk melakukan suatu pekerjaan atau jasa serta mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada *agent* tersebut (Anthony & Govindarajan, 2012: 269). Manajer (*agent*) memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya dan kinerjanya mengelola perusahaan kepada pemilik perusahaan (*principal*), misalnya pengungkapan kinerja keuangan melalui laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan sarana yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Penyerahan kewenangan dari pihak *principal* kepada pihak *agent* menimbulkan masalah asimetri informasi antara *principal* selaku pemegang saham dan *agent* selaku manajer atau pengelola perusahaan. Sifat struktur kepemilikan dari suatu perusahaan dapat mempengaruhi jenis masalah keagenan yang

kemungkinan besar adalah konflik kepentingan antara manajer perusahaan dan pemegang saham (Noviastika *et al.*, 2016).

Konflik kepentingan antara manajer perusahaan dengan pemegang saham atau pemilik perusahaan terdapat kecenderungan bahwa manajer lebih mementingkan tujuan individunya daripada mengutamakan kepentingan pemilik perusahaan. Masalah keagenan disebabkan oleh beberapa faktor (McColgan, 2001):

a. *Moral Hazard*

Faktor ini umumnya terjadi pada perusahaan besar atau perusahaan yang memiliki kompleksitas yang tinggi, dimana seorang manajer melaksanakan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun kreditur. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara normamungkin tidak layak dilakukan.

b. *Earnings Retention* (Penahanan Laba)

Faktor ini terdapat kecenderungan bahwa pihak manajemen (*agent*) melakukan investasi yang berlebihan melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

c. *Horison Waktu*

Permasalahan ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dimana pihak principal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen perusahaan memiliki kecenderungan untuk menekankan pada hal – hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

d. Penghindaran Resiko Manajerial

Permasalahan ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan resiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan resikonya.

Disimpulkan bahwa terjadinya konflik keagenan disebabkan karena adanya ketidaksesuaian informasi yang berhubungan dengan penyerahan kewenangan dari *principal* kepada *agent* yang menyebabkan pihak manajemen perusahaan memiliki akses atau informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pemegang saham. Konflik keagenan berpotensi merugikan pihak *principal* karena ia tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai.

Implikasi *agency theory* dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, dan laba bersih terhadap *transfer pricing*. *Agency theory* menjelaskan bahwa di dalam sebuah perusahaan terdapat pemisahan kepentingan baik antara pemilik (*principal*) dan manajer atau direksi (*agent*) yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan. Terdapat perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer atau direksi perusahaan, dimana pemilik menginginkan dividen maupun peningkatan laba perusahaan, sedangkan manajer menginginkan insentif atas jasa yang diberikannya. Manajemen perusahaan (*agent*) mengetahui seluruh kondisi yang ada di dalam perusahaan, sedangkan pemilik (*principal*) tidak mengetahui kondisi di dalam perusahaan sepenuhnya. *Annual report* dan *financial report* yang dikeluarkan manajemen

merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada pemilik maupun *stakeholder* lainnya. Melalui *annual report* dan *financial report* tersebut, maka pemilik dan *stakeholder* lainnya dapat mengetahui bagaimanakah kondisi keuangan maupun total aset yang dimiliki perusahaan tersebut serta melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan.

Suatu perusahaan yang memiliki total aset yang besar dikategorikan sebagai perusahaan besar, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. Adanya perolehan laba yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa *agent* atau pihak manajemen perusahaan berhasil dalam hal pengelolaan perusahaannya. Dengan laba yang tinggi tersebut maka akan berdampak pada tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka akan semakin tinggi pula beban pajak yang dikenakan kepada perusahaan tersebut. Hal inilah yang memotivasi perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* untuk mengurangi pajak perusahaan yang terutang. Maka dapat disimpulkan bahwa jika ukuran perusahaan semakin besar, maka perusahaan akan semakin termotivasi dalam melakukan tindakan *transfer pricing*.

Dilihat dari implikasinya terhadap *leverage*, *agency theory* menjelaskan bahwa tanggung jawab manajemen perusahaan kepada pemilik atau *stakeholder*-nya melalui pengungkapan kinerja keuangan pada *annual report* dan *financial report* yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan sarana yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Dimana dalam kinerja keuangan tersebut

mengungkapkan pendanaan perusahaan melalui utang dari kreditur dimana salah satunya melalui rasio *debt-to-equity*. Menurut Bernard *et al.* (2006) dalam Richardson *et al.* (2013) bahwa perusahaan dengan rasio *debt-to-equity* tinggi cenderung memiliki pajak yang agresif dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *debt-to-equity* rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *debt-to-equity*, maka semakin tinggi pula agresivitas pajak suatu perusahaan. Dengan tingginya agresivitas pajak tersebut, maka perusahaan akan terdorong untuk melakukan tindakan *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak penghasilan badan yang terutang. Karena pajak dianggap sebagai pengurang keuntungan yang diperoleh.

Implikasinya terhadap mekanisme bonus, *agency theory* menjelaskan bahwa terdapat konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan. Timbulnya konflik kepentingan tersebut disebabkan adanya kecenderungan bahwa manajer lebih mementingkan tujuan individunya daripada mengutamakan kepentingan pemilik perusahaan, dimana pemilik perusahaan berkepentingan untuk mengejar laba atau keuntungan perusahaan setinggi – tingginya sedangkan manajer berambisi dalam mendapatkan insentif atas jasa yang diberikan misalnya seperti bonus, kenaikan gaji, dan tunjangan lainnya. Para manajer cenderung ingin menunjukkan kinerjanya yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus yang diinginkan. Ketika memberikan bonus kepada manajer perusahaan, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para panajer dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para manajer biasanya dengan melihat perolehan laba perusahaan yang dihasilkan. Semakin tinggi laba

perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para manajer dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, manajer cenderung melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk diantaranya dengan melakukan praktik *transfer pricing*.

Dikaitkan dengan implikasinya terhadap laba bersih, *agency theory* menjelaskan bahwa manajemen perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pemilik atau *stakeholder*-nya mengenai kinerja perusahaan melalui pengungkapan kinerja keuangan dalam *annual report* dan *financial report* yang diterbitkan oleh perusahaan. *Annual report* dan *financial report* merupakan sarana untuk pengambilan keputusan bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Menurut penjelasan sebelumnya bahwa terdapat konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer perusahaan (*agent*) dimana dalam konflik kepentingan tersebut pemilik perusahaan berkepentingan untuk mendapatkan dividen atau mengejar laba setinggi mungkin, sedangkan manajer berkeinginan untuk memperoleh insentif atas jasa yang telah diberikan misalnya seperti bonus, kenaikan gaji, dan tunjangan lainnya. Pemilik perusahaan meminta pihak manajemen perusahaan untuk melakukan manipulasi keuntungan yang diperoleh dengan tujuan mengejar laba yang diinginkannya. Manipulasi laba yang dilakukan bertujuan untuk membuat laba perusahaan seolah – olah rugi padahal keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut cukup besar. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan tersebut. Manipulasi laba perusahaan dapat dilakukan salah satunya dengan menerapkan praktik *transfer pricing*, yaitu dengan mengalihkan labanya ke

perusahaan afiliasinya yang berada di negara lain yang menerapkan tarif pajak rendah. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula tarif pajak yang dikenakan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka perusahaan akan semakin termotivasi untuk menerapkan *transfer pricing* dalam meningkatkan laba bersihnya.

2.1.2. Risk Aversion Theory (Teori Menolak Resiko)

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Allingham dan Sandmo pada tahun 1972 yang awalnya bernama teori kepatuhan pajak (*tax compliance theory*). Teori ini mengasumsikan bahwa tidak ada wajib pajak yang bersedia untuk membayar pajak secara sukarela. Wajib pajak akan selalu menentang untuk membayar pajak (Khulsum & Satyawati, 2014). Suyapto dan Lasmana (2014) juga menyatakan pendapat yang sama bahwa *risk aversion theory* berkeyakinan tidak ada individu yang bersedia membayar pajak secara sukarela, maka individu akan selalu menentang untuk membayar pajak. Dapat disimpulkan bahwa menurut teori ini semua wajib pajak pada dasarnya adalah makhluk ekonomi, yaitu makhluk yang selalu berusaha untuk memaksimalkan keuntungan. Jadi wajib pajak enggan untuk membayar pajak secara sukarela karena pajak yang dikenakan terhadapnya akan berpengaruh terhadap berkurangnya keuntungan yang didapatkan.

Implikasi *risk aversion theory* dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*, dimana *risk aversion theory* menjelaskan bahwa tidak ada wajib pajak yang bersedia untuk membayar pajak secara sukarela. Wajib pajak akan selalu menentang untuk membayar pajak. Berlandaskan pada *risk aversion theory*, perusahaan multinasional akan selalu

senantiasa berupaya untuk melakukan perencanaan pajak dengan tujuan meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan. Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan pemindahan kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah, tentunya berdampak pada berkurangnya kekayaan atau keuntungan yang diperoleh perusahaan bersangkutan, terlebih apabila tarif pajak yang dikenakan dalam jumlah yang besar. Oleh sebab itu, perusahaan akan melakukan upaya penghindaran kewajiban pajak dengan meminimalkan pembayaran pajaknya. Jadi semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan *transfer pricing*.

2.2. Kajian Variabel Penelitian

2.2.1. *Transfer Pricing*

1. Definisi

Menurut OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang cocok bagi grupnya. Mereka dapat menyimpang dari harga pasar wajar karena posisi mereka dalam keadaan bebas untuk mengadopsi prinsip apapun yang tetap bagi korporasinya (Tiwa, Saerang, & Tirayoh, 2017).

Suandy (2008: 65) menyatakan bahwa definisi *transfer pricing* dapat dibedakan menjadi dua sifat, yaitu definisi yang bersifat netral dan definisi yang bersifat pejoratif. Definisi bersifat netral mengasumsikan bahwa *transfer pricing* adalah murni strategi dan taktik bisnis tanpa motif pengurangan beban pajak.

Sedangkan definisi bersifat pejoratif mengasumsikan bahwa *transfer pricing* sebagai upaya untuk menghemat beban pajak dengan menggunakan taktik, misalnya menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya rendah. Definisi *transfer pricing* dibagi menjadi dua sifat (netral dan pejoratif) diuraikan berikut ini:

a. Definisi Secara Netral

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016a), netral berarti tidak berpihak, tidak berwarna, tidak berada dalam kelompok jantan atau betina (dalam kata – kata). Apabila ditarik kesimpulan berdasarkan arti tersebut, maka yang dimaksud dengan *transfer pricing* dari sisi netral yakni menganggap *transfer pricing* sebagai strategi bisnis murni semata – mata tanpa memandang adanya tindakan pelanggaran atau penyalahgunaan.

Adapun definisi *transfer pricing* secara netral disampaikan oleh para ahli sebagai berikut (Suandy, 2008: 65):

- 1) Dr. Gunadi, M. Sc., Ak.

Transfer pricing adalah penentuan harga atau imbalan sehubungan dengan penyerahan barang, jasa, atau pengalihan teknologi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.

- 2) Sophar Lumbantoruan

Transfer pricing adalah penentuan harga balas jasa suatu transaksi antarunit dalam suatu perusahaan atau antarunit dalam suatu perusahaan atau antarperusahaan dalam suatu grup.

- 3) Robert N. Anthony, Glenn A. Welsch, dan James S. Reece.

Transfer pricing adalah harga yang digunakan untuk mengukur nilai barang atau jasa yang disediakan oleh pusat laba kepada pusat pertanggungjawaban lain dalam suatu perusahaan.

- 4) Edward J. Blocher, Kung H.Chen, dan Thomas W. Lin.

Transfer pricing adalah penentuan dari harga pertukaran pada saat unit – unit bisnis yang berada dalam suatu perusahaan bertukar produk atau jasa. Produk – produk tersebut mungkin merupakan produk akhir yang dapat dijual pada pelanggan luar atau produk menengah yang merupakan komponen produk akhir.

b. Definisi Secara Pejoratif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016b), pejoratif atau peyorasi adalah perubahan makna yang mengakibatkan sebuah ungkapan menggambarkan sesuatu yang lebih tidak enak, tidak baik, dan sebagainya atau kata maupun kalimat yang mengalami penurunan makna. Apabila ditarik kesimpulan berdasarkan arti tersebut, maka yang dimaksud dengan *transfer pricing* secara pejoratif yakni mengasumsikan bahwa *transfer pricing* merupakan strategi bisnis yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan melalui penyimpangan atau cara – cara yang tidak benar seperti melanggar hukum perpajakan, memanfaatkan celah hukum yang ada, maupun melakukan manipulasi bisnis.

Adapun definisi *transfer pricing* secara pejoratif disampaikan oleh para ahli sebagai berikut (Suandy, 2008: 65):

- 1) Charles T. Horngren dan Gary L. Sundem

Transfer pricing adalah harga yang dibebankan produk yang disuplai kepada suatu segmen dalam suatu organisasi kepada segmen lain yang berada dalam organisasi yang sama di perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak penghasilan global dan bea impor.

- 2) Dr. Gunadi, M. Sc., Ak.

Transfer pricing adalah suatu rekayasa harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisial, dengan tujuan menghindari pajak atau bea suatu negara.

- 3) Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S. H.

Transfer pricing adalah suatu perbuatan pemberian harga faktur (*invoice*) pada barang – barang (juga jasa – jasa) yang diserahkan antarbagian atau cabang suatu perusahaan multinasional.

Pendapat lain tentang definisi *transfer pricing* juga disampaikan oleh A. G. Slater, menurutnya *transfer pricing* adalah mekanisme untuk mengalokasikan biaya dan laba suatu produk atau jasa antara dua unit yang terpisah dalam suatu perusahaan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak yang terlibat (Slater, 1977).

Berdasarkan beberapa definisi tentang *transfer pricing* yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa *transfer pricing* adalah strategi yang dilakukan untuk mentransfer harga baik barang maupun jasa dari anak perusahaan kepada induk perusahaan atau sebaliknya dalam perusahaan multinasional, dimana

harga yang ditetapkan pada barang atau jasa tersebut bukan didasarkan pada harga pasar yang sewajarnya, namun ditetapkan secara sewenang – wenang untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh dengan meminimalkan beban pajak yang dibayarkan.

2. Hubungan Istimewa

Menurut Suandy (2008: 64), hubungan istimewa terjadi antara induk perusahaan dengan anak perusahaannya atau dengan cabang – cabangnya atau perwakilannya yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri, di Indonesia diatur dalam Pasal 18 ayat (3), (3a), dan (4) Undang – Undang Pajak Penghasilan, yang menyatakan sebagai berikut :

- 1) Dirjen Pajak berwenang menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa.
- 2) Dirjen Pajak berwenang melakukan perjanjian dengan dengan Wajib Pajak dan bekerja sama dengan otoritas pajak negara lain untuk menentukan harga transaksi antarpihak yang mempunyai hubungan istimewa sebagaimana dimaksud dalam ayat (4), yang berlaku selama suatu periode tertentu dan mengawasi pelaksanaannya serta melakukan renegotiasi setelah periode tertentu tersebut berakhir.

3) Hubungan istimewa sebagaimana dianggap ada, apabila :

- a. Wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, atau hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir;
- b. Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya, atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung atau;
- c. Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

3. Penentuan *Transfer Pricing*

Menurut Matz dan Usry, terdapat empat dasar untuk penentuan *transfer pricing*, yaitu (Suandy, 2008: 66) :

- a. Penentuan *Transfer Pricing* Berdasarkan Biaya (*Cost Basis Transfer Pricing*).

Digunakan pada transfer antar perusahaan yang menggunakan konsep pusat pertanggungjawaban biaya. Kinerja manajer diukur melalui pertanggungjawabannya mengenai pengendalian biaya. Konsep ini sederhana dan menghemat sumber daya karena tersedianya informasi biaya di setiap tingkat aktivitas perusahaan.

b. Penentuan *Transfer Pricing* Berdasarkan Harga Pasar (*Market Based Transfer Pricing*).

Kelemahan yang ada pada basis biaya tidak dapat memotivasi dan mengevaluasi kinerja divisi, diganti dengan basis pasar yang dianggap dapat mengukur kinerja divisi atau unit dalam satu grup perusahaan, sert sekaligus dapat merefleksikan keuntungan setiap produk dan menstimulasi divisi untuk bekerja per basis kompetisi. Basis ini dianggap sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja manajer divisi karena kemampuannya menghasilkan laba dan merangsang divisi untuk bekerja secara bersaing. Basis ini baik untuk digunakan bila pasar perantara cukup bersaing dan saling ketergantungan antarunit adalah minimal.

c. Penentuan *Transfer Pricing* Berdasarkan Negosiasi (*The Negotiated Price*).

Pengendalian keuntungan dan pemberian otoritas kepada unit dalam grup secara memadai menghendaki adanya *transfer pricing* berdasarkan negosiasi, dengan asumsi bahwa kedudukan divisi – divisi tersebut berada dalam posisi tawar – menawar (*bergaining position*) yang sama. Kelemahannya adalah negosiasi ini memakan banyak waktu, mengulang pemeriksaan, dan revisi harga transfer.

d. Penentuan *Transfer Pricing* Berdasarkan Arbitrase (*Arbitration Transfer Pricing*)

Pendekatan ini menekankan pada *transfer pricing* berdasarkan interaksi kedua divisi dan pada tingkat yang dianggap terbaik bagi kepentingan perusahaan tanpa adanya pemaksaan oleh salah satu divisi mengenai keputusan

akhir. Pendekatan ini mengesampingkan tujuan konsep pusat pertanggungjawaban laba.

2.2.2. Ukuran Perusahaan

Menurut Machfoedz (1994) dalam Herawati (2005) yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata – rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan (Kurniasih & Sari, 2013).

Menurut Fery dan Jones dalam Sujianto (2001) ukuran perusahaan adalah ukuran yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata – rata total penjualan dan rata – rata total aktiva (Nuraina, 2012).

Pendapat tentang definisi ukuran perusahaan juga disampaikan oleh Sulistiono (2010) dalam Marisa (2017), menurutnya ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan. Pengklasifikasian besar atau kecilnya perusahaan dapat diukur dengan jumlah total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain – lain. Perusahaan dikatakan sebagai perusahaan besar apabila jumlah aset yang dimilikinya juga besar. Demikian pula sebaliknya, perusahaan dikatakan kecil, apabila total aset yang dimilikinya sedikit.

Berdasarkan beberapa definisi tentang ukuran perusahaan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan ukuran perusahaan adalah ukuran yang mencerminkan seberapa besar suatu

perusahaan dimana besar atau kecilnya perusahaan tersebut dapat diketahui dari total aset yang dimiliki, jumlah penjualan yang dilakukan, maupun rata – rata total penjualan.

Tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva yang dimiliki, semakin besar total aktiva menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif panjang (Kurniasih & Sari, 2013). Perusahaan yang memiliki jumlah aset yang besar relatif stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai jumlah aset kecil. Semakin tinggi laba yang dihasilkan semakin mudah pula perusahaan memenuhi ketersediaan asetnya. Jadi laba dan total aset saling berhubungan satu sama lain.

Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Khususnya bagi pemerintah, dimana hal tersebut akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum (Nuraina, 2012). Perusahaan besar cenderung lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati – hati dalam melaporkan keuangannya kepada pihak eksternal perusahaan, sehingga akan berdampak pada pelaporan keuangan yang lebih akurat.

Menurut Dyka (2009) dalam Hery (2017: 97), Badan Standarisasi Nasional membagi ukuran perusahaan menjadi tiga kategori yaitu :

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil apabila perusahaan memiliki kekayaan bersih yang lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih yang melebihi Rp 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau yang memiliki hasil penjualan tahunan yang melebihi Rp 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000.

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih yang melebihi Rp 10.000.000.000 tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan yang melebihi Rp 50.000.000.000.

2.2.3. *Leverage*

Kasmir (2017: 151 – 152) menjelaskan bahwa *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage ratio* menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh utangnya, baik utang jangka pendek maupun

utang jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi. Apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, maka besar kemungkinan perusahaan menghadapi resiko kerugian yang lebih besar, namun kesempatan untuk mendapatkan keuntungan juga lebih besar. Sebaliknya, apabila perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang rendah, maka resiko kerugian yang akan dihadapi menjadi lebih kecil pula.

Prasetyorini (2013) dalam Hery (2017: 12) berpendapat bahwa *leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan utang perusahaan. Konsep *leverage* penting bagi investor dalam membuat pertimbangan penilaian saham karena para investor umumnya cenderung menghindari resiko.

Menurut Sunarto dan Budi (2009), *leverage* dalam istilah keuangan dimaksudkan sebagai dana pinjaman yang akan digunakan untuk meningkatkan laba. Menurut Weston dan Copeland dalam Sunarto dan Budi (2009), apabila dari penggunaan utang ternyata tingkat pengembalian atas aset lebih besar dari beban utang, maka *leverage* tersebut dapat dikatakan menguntungkan, sebaliknya apabila tingkat pengembalian atas aset lebih kecil daripada beban utang, maka *leverage* tersebut akan mengurangi tingkat pengembalian atas modal (Hery, 2017: 86).

Menurut Rahmawati dan Handayani (2014), semakin besar pendanaan yang diperoleh dari utang, maka akan semakin besar pula kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan perolehan dana yang berasal dari luar tersebut dalam rangka meningkatkan penjualan untuk memperoleh laba yang lebih besar (Hery, 2017: 86).

Brealey dan Marcus (2008: 75) berpendapat bahwa rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan. Setiap penggunaan hutang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap resiko dan pengembalian (Atika, Darminto, & Handayani, 2013).

Berdasarkan beberapa definisi tentang *leverage* yang telah dijelaskan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas aset atau pendanaan perusahaan dibiayai melalui utang dari pihak luar, dimana semakin besar pendanaan yang diperoleh dari utang, maka akan semakin besar pula kesempatan perusahaan untuk memperoleh laba.

Menurut Kasmir (2017: 155) terdapat beberapa jenis rasio yang ada dalam rasio *leverage*, antara lain:

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva. Rasio ini menggambarkan seberapa besar aktiva yang dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Semakin tinggi *debt ratio*, semakin banyak pula aktiva yang dibiayai dengan utang. Sebaliknya, semakin rendah *debt ratio*, maka semakin sedikit aktiva yang dibiayai dengan utang. Menghitung *debt ratio* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total kewajiban dengan total ekuitas. Rasio ini untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan kreditur dengan pemilik perusahaan. Bagi kreditur, semakin tinggi *debt to equity ratio*, maka semakin besar resiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di suatu perusahaan. Jika rasio rata – rata industri untuk *debt to equity ratio* sebesar 0,08 atau 80%, perusahaan dianggap kurang baik karena berada di atas rata – rata industri. Menghitung *debt to equity ratio* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Long term debt to equity ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara kewajiban jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuan menghitung rasio ini adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan sebagai jaminan kewajiban jangka panjang. Menghitung *long term debt to equity ratio* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban jangka panjang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. *Times Interest Earned*

Times interest earned merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar biaya bunga. Semakin tinggi rasio ini,

maka semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar biaya bunga pinjaman sehingga menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru. Menghitung *times interest earned* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Biaya Bunga (interest)}}$$

5. *Fixed Charge Coverage*

Fixed charge coverage merupakan rasio yang menyerupai *times interest earned*, hanya saja rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva tetap berdasarkan kontrak sewa. Menghitung *fixed charge coverage* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$FCC = \frac{\text{Earning Before Tax} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Sewa} + \text{Kewajiban Sewa}}$$

2.2.4. Mekanisme Bonus

Purwanti (2010) berpendapat bahwa tantiem atau jasa produksi (selanjutnya disebut sebagai “bonus”) merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Besaran maksimum bonus ditetapkan berdasarkan persentase tertentu dari laba dibagi. Hartati *et al.* (2015) berpendapat bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang bertujuan untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan (Mispiyanti, 2015). Irpan (2011), juga mengemukakan bahwa mekanisme bonus adalah metode pemberian

kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi bersangkutan (Saraswati & Sujana, 2017).

Berdasarkan beberapa definisi tentang mekanisme bonus yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa mekanisme bonus adalah strategi pemberian kompensasi di luar gaji yang bertujuan untuk memotivasi direksi atau manajer agar dapat meningkatkan laba perusahaan setiap tahunnya yang didasarkan pada motif perhitungan dalam akuntansi.

Adanya sistem pemberian bonus memungkinkan manajer untuk meningkatkan pendapatan perusahaan yang dilaporkan. Mengacu pada pendapatan perusahaan yang dilaporkan tersebut, pihak manajemen memiliki kemungkinan lebih untuk meningkatkan pendapatan melalui praktik *transfer pricing* (Lo *et al.*, 2010).

Ketika melaksanakan tugasnya, para manajer memiliki kecenderungan untuk menunjukkan kinerja mereka kepada pemilik perusahaan guna memperoleh penghargaan. Penghargaan itu dapat berupa bonus yang diberikan berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelola perusahaan serta perolehan laba setiap tahunnya.

2.2.5. Pajak

1. Definisi

Menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi dan atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang – undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara

langsung dan digunakan untuk keperluan negara sebesar – besarnya serta kemakmuran rakyat (Siswianti & Kiswanto, 2016).

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH. (Mardiasmo, 2013: 1), yang dimaksud dengan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut Prof. P. J. A. Andriani (Zain, 2008: 10), pajak diartikan sebagai iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan – peraturan umum (undang – undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Definisi lain tentang pajak juga disampaikan oleh Sommerfield Ray M., Anderson Herschel M., dan Brock Horace R. (Zain, 2008: 11), yang menyatakan bahwa pajak adalah suatu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang ditetapkan lebih dahulu, tanpa mendapat imbalan yang langsung dan proporsional, agar pemerintah dapat melaksanakan tugas – tugasnya untuk menjalankan pemerintahan.

Berdasarkan beberapa definisi tentang pajak yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran yang dibayarkan oleh wajib pajak baik pribadi maupun badan yang dapat dipaksakan kepada negara

tanpa memperhatikan balas jasa langsung yang digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran rutin pemerintahan serta digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara luas.

2. Fungsi Pajak

Resmi (2008: 3) menyebutkan bahwa pajak memiliki dua fungsi, diantaranya sebagai berikut :

a. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Fungsi *budgetair* memiliki arti bahwa pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran – pengeluarannya baik pengeluaran yang bersifat rutin maupun pengeluaran untuk pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, maka pemerintah terus berupaya untuk memaksimalkan penerimaan negara di sektor pajak. Jadi, pajak merupakan sektor penerimaan negara yang penting karena dengan pajak inilah pemerintah dapat membiayai semua pengeluaran umum yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, sehingga besar kecilnya penerimaan negara ditentukan oleh besar kecilnya penerimaan dari sektor pajak.

b. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan – tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

3. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Resmi (2008: 11), sistem pemungutan pajak terdiri dari tiga macam, diantaranya sebagai berikut :

a. *Official Assesment System*

Sistem pemungutan ini memberikan kewenangan kepada aparaturnya perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan para aparaturnya perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparaturnya perpajakan.

b. *Self Assesment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang Wajib Pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan Wajib Pajak. Wajib Pajak dianggap mampu menghitung pajak, mampu memahami undang – undang perpajakan yang sedang berlaku, dan mempunyai kejujuran yang tinggi, serta menyadari akan arti pentingnya membayar pajak.

c. *With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak sesuai dengan peraturan perundang – undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukan pihak ketiga ini dilakukan sesuai dengan peraturan perundang –

undangan perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya untuk memotong dan memungut pajak, menyetor, dan mempertanggungjawabkan melalui sarana perpajakan yang tersedia. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak bergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk.

4. Tarif Pajak

Berdasarkan dari penjelasan dari Resmi (2008: 14), ada beberapa jenis tarif pajak yang digunakan sebagai dasar untuk menghitung besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak, diantaranya sebagai berikut :

a. Tarif Tetap

Tarif tetap adalah tarif yang berupa jumlah atau angka yang tetap, berapa pun besarnya dasar pengenaan pajak.

b. Tarif Proporsional (Sebanding)

Tarif proporsional adalah tarif berupa presentase tertentu yang sifatnya tetap terhadap berapa pun besarnya dasar pengenaan pajaknya. Semakin besar dasar pengenaan pajak maka semakin besar pula jumlah pajak yang terutang dengan kenaikan secara proporsional atau sebanding.

c. Tarif Progresif (Meningkat)

Tarif progresif adalah tarif pajak yang berupa presentase tertentu yang semakin meningkat dengan semakin meningkatnya dasar pengenaan pajak.

2.2.6. Laba Bersih

Laba (*earnings*) yang dihasilkan oleh proses akuntansi dan disajikan dalam laporan laba rugi. Menurut Scroeder dan Clarck (1998) *earnings* adalah suatu ukuran berapa besar harta yang masuk (pendapatan dan keuntungan) melebihi harta yang keluar (beban) suatu perusahaan. Dari apa yang disampaikan oleh Scroeder dan Clarck bahwa *earnings* adalah laba. Namun, Wallace (1997) menyatakan laba adalah *net income* dimana ia menegaskan bahwa *net income* merupakan pengurangan beban (kerugian) terhadap pendapatan atau keuntungan dari semua sumber (Ramli & Arfan, 2011).

Pendapat yang berbeda mengenai definisi laba bersih juga disampaikan oleh Harisson *et al.* (2012: 11) dalam Cahyo (2013), menyatakan bahwa laba (*income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode akuntansi (misalkan, kenaikan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham. Selanjutnya, laba bersih diperoleh apabila total pendapatan melampaui total beban. Dalam akuntansi, kata “bersih” merujuk pada jumlah setelah pengurangan. Jadi, laba bersih adalah sisi laba setelah dikurangi beban dan rugi dari pendapatan.

Menurut Kieso (2005) dalam Rispayanto (2013), menyatakan bahwa angka laba bersih adalah angka yang menunjukkan selisih antara seluruh pendapatan dari kegiatan operasi perusahaan maupun non operasi perusahaan. Laba bersih dapat berpengaruh dalam memprediksi arus kas operasi di masa mendatang karena laba bersih bersifat akrual yang berasal dari laba sebelum pajak ditambah pendapatan lain – lain seperti pendapatan bunga dan dikurangkan dengan beban lain – lain

seperti beban bunga dan beban pajak. Menurut Soemarso (2004) dalam Rispayanto (2013), menyatakan bahwa laba bersih merupakan selisih lebih pendapatan atas beban – beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

Murhadi (2015: 37) menjelaskan bahwa laba bersih merupakan bagian akhir dalam laporan laba rugi yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam memberikan hasil bagi pemegang saham. Laba bersih ini akan dimanfaatkan perusahaan untuk pengembangan usaha yang biasa disebut saldo laba (*retained earnings*) dan pembayaran dividen baik bagi pemegang saham preferen dan pemegang saham biasa. Apabila laba bersih disisihkan untuk pengembangan usaha, maka hal ini akan berdampak pada kinerja perusahaan di masa mendatang.

Berdasarkan beberapa definisi tentang laba bersih yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa laba bersih adalah laba yang merupakan kenaikan manfaat ekonomi suatu perusahaan dalam periode akuntansi yang mana merupakan hasil selisih dari pendapatan atas beban – beban.

Laba bersih sering digunakan sebagai ukuran kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan, maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba bersih lebih tinggi cenderung dinilai sebagai perusahaan yang tidak mengalami masalah keuangan.

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada penelitian – penelitian terdahulu yang meneliti tentang tindakan manipulasi harga dalam praktik *transfer pricing* yang bertujuan untuk mengurangi laba yang diperoleh sehingga berdampak

pada berkurangnya pembayaran pajak yang dibebankan kepada perusahaan multinasional.

Richardson *et al.* (2013) melakukan penelitian tentang tindakan *transfer pricing* dengan sampel yang berjumlah 183 perusahaan yang terdaftar di pasar modal Australia. Variabel independen yang digunakan terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *intangible assets*, multinasionalitas, dan pemanfaatan surga pajak. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Penelitian ini menghasilkan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *intangible assets*, dan multinasionalitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pemanfaatan surga pajak tidak menunjukkan pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2017) terhadap indikasi perusahaan manufaktur melakukan *transfer pricing*. Populasi mencakup seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2015 dan pengambilan sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel independen yang digunakan adalah pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* sebagai variabel dependennya. Penelitian tersebut menemukan bukti empiris bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Yuniasih dkk. (2012) melakukan penelitian mengenai tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2008 – 2010. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel independennya berupa pajak dan *tunneling*

incentive, sedangkan variabel dependennya adalah *transfer pricing*. Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Noviastika dkk. (2016) meneliti tentang indikasi praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independennya adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance*, sedangkan variabel dependennya adalah *transfer pricing*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan *good corporate governance* tidak menunjukkan pengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Tiwa dkk. (2017) juga melakukan penelitian tentang *transfer pricing*. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2015. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Penelitian tersebut terdiri dari beberapa variabel diantaranya yaitu, pajak dan kepemilikan asing sebagai variabel independennya, serta *transfer pricing* sebagai variabel dependennya. Penelitian ini menghasilkan bukti empiris bahwa pajak menunjukkan pengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan kepemilikan asing tidak menunjukkan pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Marisa (2017) melakukan penelitian tentang *transfer pricing*. Populasinya berupa perusahaan – perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 – 2014. Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menghasilkan pengujian yang menunjukkan bahwa

tunneling incentive dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pajak dan *bonus plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Clausing (2003) meneliti tentang *transfer pricing* dimana ia menggunakan data bulanan harga perdagangan internasional yang diambil dari *Bureau of Labor Statistics* di tahun 1997 – 1999 untuk melakukan investigasi secara empiris terhadap harga perdagangan antar perusahaan di Amerika Serikat. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa pajak berpengaruh kuat terhadap *transfer pricing*.

Lo *et al.* (2010) melakukan penelitian tentang *transfer pricing*. Sampelnya terdiri dari semua perusahaan yang terdaftar di Cina pada tahun 2004. Penelitian tersebut terdiri dari 3 variabel independen yaitu pajak, bonus, dan *tunneling incentive* yang dilihat dari konsentrasi perusahaan yang dikendalikan oleh pemerintah. Sedangkan variabel dependennya berupa *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.* (2010) menemukan hasil bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*, serta bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilihat dengan imbalan bonus yang diterima oleh pihak manajemen perusahaan apabila berhasil meningkatkan laba tahun berjalan yang dilaporkan. Mengacu pada peningkatan laba tersebut, manajer memiliki kemungkinan yang lebih untuk meningkatkan laba melalui manipulasi *transfer pricing*.

Refgia (2017) melakukan penelitian tentang *transfer pricing* dengan populasi yang mencakup perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 – 2014 yang berjumlah sebanyak 13 perusahaan. Pengambilan sampelnya dilakukan dengan metode *purposive*

sampling. Variabel independen yang digunakan terdiri dari pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* sebagai variabel dependennya. Dari penelitian tersebut menemukan bukti empiris bahwa pajak, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap *transfer pricing* (Refgia, 2017).

Tabel 2.1.
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Grant Richardson, Grantley Taylor, dan Roman Lanis (2013)	<i>Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms.</i>	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Intangible Assets</i> , Multinasionalitas, dan Pemanfaatan surga pajak. Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>intangible assets</i> , dan multinasionalitas berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan pemanfaatan surga pajak tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
2	Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .	Variabel independen: Pajak, Mekanisme Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> . Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
3	Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini, dan Made Gede Wirakusuma (2012)	Pengaruh Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	Variabel Independen: Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> . Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> .

Tabel 2.1.
Kajian Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil
		Manufaktur yang <i>Listing</i> di Bursa Efek Indonesia.		
4	Dwi Noviaastika F., Yuniadi Mayowan, dan Suhartini Karjo (2016)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen: Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Good Corporate Governance</i> . Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . <i>Good corporate governance</i> tidak menunjukkan pengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
5	Evan Maxentia Tiwa, David P.E. Saerang, dan Victorina Z. Tirayoh (2017)	Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013 – 2015.	Variabel Independen: Pajak dan Kepemilikan Asing. Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
6	Ratna Marisa (2017)	Pengaruh Pajak, <i>Bonus Plan</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .	Variabel Independen: Pajak, <i>Bonus Plan</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	<i>Tunneling incentive</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Pajak dan <i>bonus plan</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
7	Kimberly A. Clausing (2003)	<i>Tax-Motivated Transfer Pricing and US Intrafirm Trade Prices</i>	Variabel Independen: Pajak. Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Pajak berpengaruh kuat terhadap <i>transfer pricing</i> .

Tabel 2.1.
Kajian Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil
8	Agnes W. Y. Lo, Raymond M. K. Wong, dan Michael Firth (2010)	<i>Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies</i>	Variabel Independen: Pajak, Bonus, <i>Tunneling Incentive</i> . Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak, bonus, dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
9	Thesa Refgia (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Independen: Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan <i>Tunneling Incentive</i> . Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Pajak, kepemilikan asing, dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .

2.4. Kerangka Berpikir

2.4.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran suatu perusahaan dapat diketahui dari total aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi karakteristik dari dewan direksi pada suatu perusahaan, yang juga berdampak kuat pada sifat dan besarnya *related party transaction* (Gordon & Henry, 2005). Tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva

yang dimiliki, semakin besar total aktiva menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif panjang (Kurniasih & Sari, 2013). Perusahaan yang memiliki jumlah aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana di tahap ini perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dan relatif stabil arus kasnya serta mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai jumlah aset kecil. Semakin tinggi laba yang dihasilkan semakin mudah pula perusahaan memenuhi ketersediaan asetnya. Jadi laba dan total aset saling berhubungan satu sama lain. Apabila dikaitkan dengan pengenaan pajak, semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pula pajak yang dikenakan terhadap perusahaan tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan terdorong untuk melakukan praktik *transfer pricing* untuk meminimalisasi pembayaran pajaknya.

Perusahaan – perusahaan besar biasanya terlibat dalam kegiatan bisnis dan transaksi keuangan yang lebih daripada perusahaan – perusahaan yang lebih kecil, sehingga memberikan peluang tambahan untuk menghindari pajak secara signifikan. Perusahaan – perusahaan besar cenderung melakukan transaksi substansial antar perusahaan yang salah satunya mungkin terindikasi terdapat praktik *transfer pricing*. Oleh karena itu, perusahaan – perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak, serta memiliki sumber daya dan insentif untuk mengurangi jumlah pajak perusahaan yang terhutang (Richardson *et al.*, 2013).

Agency theory menjelaskan di dalam sebuah perusahaan terdapat pemisahan kepentingan baik antara pemilik (*principal*) dan manajer atau direksi (*agent*) yang

berpotensi menimbulkan konflik kepentingan. Terdapat perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer atau direksi perusahaan, dimana pemilik menginginkan dividen maupun peningkatan laba perusahaan, sedangkan manajer menginginkan insentif atas jasa yang diberikannya. Manajemen perusahaan (*agent*) mengetahui seluruh kondisi yang ada di dalam perusahaan, sedangkan pemilik (*principal*) tidak mengetahui kondisi di dalam perusahaan sepenuhnya. *Annual report* dan *financial report* yang dikeluarkan manajemen merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada pemilik maupun *stakeholder* lainnya. Melalui *annual report* dan *financial report* tersebut, maka pemilik dan *stakeholder* lainnya dapat mengetahui bagaimanakah kondisi keuangan maupun total aset yang dimiliki perusahaan tersebut serta melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan. Suatu perusahaan yang memiliki total aset yang besar dikategorikan sebagai perusahaan besar, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil.

Dengan adanya perolehan laba yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa *agent* atau pihak manajemen perusahaan berhasil dalam hal pengelolaan perusahaannya. Dengan laba yang tinggi tersebut maka akan berdampak pada tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka akan semakin tinggi pula beban pajak yang dikenakan kepada perusahaan tersebut. Hal inilah yang memotivasi perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* untuk mengurangi pajak perusahaan yang terutang. Maka dapat

disimpulkan bahwa jika ukuran perusahaan semakin besar, maka perusahaan akan semakin termotivasi dalam melakukan tindakan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et al.* (2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara signifikan antara ukuran perusahaan dengan *transfer pricing*, hal ini dikarenakan bahwa semakin besar perusahaan semakin tinggi pula manipulasi *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Marisa (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, dimana perusahaan yang besar pemiliknya juga cenderung menginginkan laba yang besar dengan jumlah pajak yang kecil, pemilik perusahaan besar juga pasti memiliki kemampuan untuk membangun cabang perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri yang tarif pajaknya rendah atau biasa disebut *tax heaven country* dengan tujuan membagi labanya agar jumlah pajak yang dibayarkan kecil melalui praktik *transfer pricing*.

2.4.2. Pengaruh Leverage terhadap Transfer Pricing

Menurut Sunarto dan Budi (2009) dalam Hery (2017: 86), *leverage* dalam istilah keuangan dimaksudkan sebagai dana pinjaman yang digunakan untuk meningkatkan laba. Menurut Kasmir (2016) dalam Hery (2017: 12) menyatakan bahwa *leverage ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun

jangka panjang. Sedangkan menurut Brealey dan Marcus (2008:75) dalam Atika *et al.* (2013), menyatakan bahwa rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap resiko dan pengembalian.

Agency theory menjelaskan bahwa tanggung jawab manajemen perusahaan kepada pemilik atau *stakeholder*-nya melalui pengungkapan kinerja keuangan pada *annual report* dan *financial report* yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan sarana yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Dimana dalam kinerja keuangan tersebut mengungkapkan pendanaan perusahaan melalui utang dari kreditur dimana salah satunya melalui rasio *debt-to-equity*. Menurut Bernard *et al.* (2006) bahwa perusahaan dengan rasio *debt-to-equity* tinggi cenderung memiliki pajak yang agresif dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *debt-to-equity* rendah (Richardson *et al.*, 2013). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *debt-to-equity*, maka semakin tinggi pula agresivitas pajak suatu perusahaan. Dengan tingginya agresivitas pajak tersebut, maka perusahaan akan terdorong untuk melakukan tindakan *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak penghasilan badan yang terutang. Karena pajak dianggap sebagai pengurang keuntungan yang diperoleh.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et al.* (2013) yang memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif secara signifikan antara *leverage* dengan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan bahwa keuangan perusahaan – perusahaan multinasional yang berada dalam satu induk yang sama biasanya berasal dari transfer utang atau modal. Transfer utang atau modal dimotivasi oleh

peluang arbitrase pajak, dengan demikian perusahaan – perusahaan yang terlibat dalam transfer utang atau modal tersebut untuk tujuan pajaknya memiliki kecenderungan agresifitas *transfer pricing* yang tinggi. Berkaitan dengan hal tersebut terdapat kemungkinan bahwa *leverage* bertindak sebagai pengganti terhadap agresifitas *transfer pricing* dalam pengurangan kelompok utang pajak.

2.4.3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Purwanti (2010) mengemukakan pendapat bahwa *tantiem* atau jasa produksi (selanjutnya disebut sebagai “bonus”) merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Besaran maksimum bonus ditetapkan berdasarkan persentase tertentu dari laba dibagi. Sedangkan menurut Hartati *et al.* (2015) menyatakan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang bertujuan untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Manajer memiliki informasi atas laba bersih perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan periode saat ini (Healy, 1985).

Agency theory menjelaskan bahwa terdapat konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan. Dalam konflik kepentingan tersebut ada kecenderungan bahwa manajer lebih mementingkan tujuan individunya daripada mengutamakan kepentingan pemilik perusahaan, dimana pemilik perusahaan berkepentingan untuk mengejar laba atau keuntungan perusahaan setinggi – tingginya sedangkan manajer berambisi dalam mendapatkan insentif atas jasa yang diberikan misalnya seperti bonus, kenaikan gaji, dan tunjangan lainnya. Untuk

memperoleh bonus yang diinginkan para manajer cenderung ingin menunjukkan kinerjanya yang baik kepada pemilik perusahaan. Ketika memberikan bonus kepada manajer perusahaan, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para manajer dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para manajer biasanya dengan melihat perolehan laba perusahaan yang dihasilkan. Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para manajer dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, manajer cenderung melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk diantaranya dengan melakukan praktik *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.* (2010) menemukan hasil bahwa bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilihat dengan imbalan bonus yang diterima oleh pihak manajemen perusahaan apabila berhasil meningkatkan laba tahun berjalan yang dilaporkan. Mengacu pada peningkatan laba tersebut, manajer memiliki kemungkinan yang lebih untuk meningkatkan laba melalui manipulasi *transfer pricing*.

2.4.4. Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pajak adalah iuran yang dibayarkan oleh wajib pajak baik pribadi maupun badan yang dapat dipaksakan kepada negara tanpa memperhatikan balas jasa langsung yang digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran rutin pemerintahan serta digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara luas. Apabila dikaitkan dengan praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk mengurangi pembayaran pajak yang terutang, penelitian yang dilakukan oleh Christiani dan Kusmuryanto (2016) menegaskan

bahwa ada perbedaan kepentingan antara pembayar pajak dan pemerintah. Wajib pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin karena membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomi mereka, sementara pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai administrasi negara yang sebagian besar dari penerimaan pajak. Setiawan (2014) mengungkapkan bahwa perusahaan – perusahaan multinasional menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak yang dibebankan kepada mereka. Caranya tidak mudah. Akan tetapi, dengan memanfaatkan celah – celah peraturan yang ada mereka dapat memindahkan keuntungan di negara tempat beroperasi perusahaan tersebut ke luar negeri yang tarif pajaknya jauh lebih rendah. Menurut Gusnardi (2009), di Indonesia indikasi terhadap transaksi *transfer pricing* dapat dilihat jika terdapat ketidakwajaran dalam transaksi dan perusahaan yang saling bertransaksi memiliki hubungan istimewa.

Risk aversion theory menjelaskan bahwa tidak ada wajib pajak yang bersedia untuk membayar pajak secara sukarela. Wajib pajak akan selalu menentang untuk membayar pajak. Berlandaskan pada *risk aversion theory*, perusahaan multinasional akan selalu senantiasa berupaya untuk melakukan perencanaan pajak dengan tujuan meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan. Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan pemindahan kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah, tentunya berdampak pada berkurangnya kekayaan atau keuntungan yang diperoleh perusahaan bersangkutan, terlebih apabila tarif pajak yang dikenakan dalam jumlah yang besar. Oleh sebab itu, perusahaan akan melakukan upaya penghindaran kewajiban pajak dengan

meminimalkan pembayaran pajaknya. Jadi semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan *transfer pricing*.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Clausing (2003) yang melakukan investigasi secara empiris terhadap harga perdagangan antar perusahaan di Amerika Serikat di tahun 1997 – 1999. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa pajak berpengaruh kuat terhadap *transfer pricing*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Lo *et al.* (2010) yang memberikan bukti empiris bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Selanjutnya, Yuniasih *et al.* (2012) juga menunjukkan bukti empiris bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Semakin besar pajak yang dibebankan kepada perusahaan, maka perusahaan akan semakin terpicu untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan pajak yang dikenakan tersebut.

Clausing (2003) melakukan penelitian di Amerika Serikat yang menghasilkan temuan bahwa terjadinya perdagangan antar perusahaan dipengaruhi oleh strategi minimalisasi pajak yang dilakukan perusahaan – perusahaan multinasional. Dimana secara khusus, terdapat bukti yang menunjukkan bahwa Amerika Serikat memiliki neraca perdagangan antar perusahaan yang kurang menguntungkan dengan tarif pajak yang rendah. Hasil ini diantisipasi jika perusahaan multinasional memanipulasi harga transfer dalam rangka mengalihkan pendapatannya ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Dalam temuan tersebut menunjukkan bukti bahwa *transfer pricing* terjadi dikarenakan adanya hubungan langsung antara pajak yang dibebankan kepada perusahaan – perusahaan

yang berafiliasi di luar negeri dan antar transaksi perdagangan aktual perusahaan tersebut. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Barker, Asare, dan Brickman (2017) yang menjelaskan bahwa perusahaan yang beroperasi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak tinggi dapat “mentransfer harga” terhadap pendapatan dan beban serta mengalihkan pendapatannya ke negara yang memiliki yurisdiksi pajak rendah untuk mengurangi atau bahkan menghindari pajak yang dikenakan. Praktik harga transfer ini dilakukan dengan menjual barang hasil produksi dengan harga yang lebih murah kepada perusahaan afiliasi yang beroperasi di negara dengan yurisdiksi pajak rendah sehingga keuntungan yang di peroleh perusahaan yang beroperasi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak tinggi menjadi rendah, sebaliknya justru memperoleh keuntungan tinggi di negara yang memiliki yurisdiksi pajak rendah.

2.4.5. Pengaruh Laba Bersih Terhadap *Transfer Pricing*

Murhadi (2015: 37) menyatakan pendapat bahwa laba bersih merupakan bagian akhir dalam laporan laba rugi yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam memberikan hasil bagi pemegang saham. Laba bersih ini akan dimanfaatkan perusahaan untuk pengembangan usaha yang biasa disebut saldo laba (*retained earnings*) dan pembayaran dividen baik bagi pemegang saham preferen dan pemegang saham biasa. Kieso (2005) dalam Rispayanto (2013) berpendapat bahwa bahwa angka laba bersih adalah angka yang menunjukkan selisih antara seluruh pendapatan dari kegiatan operasi perusahaan maupun non operasi perusahaan. Sedangkan menurut Soemarso (2004) dalam Rispayanto (2013), menyatakan

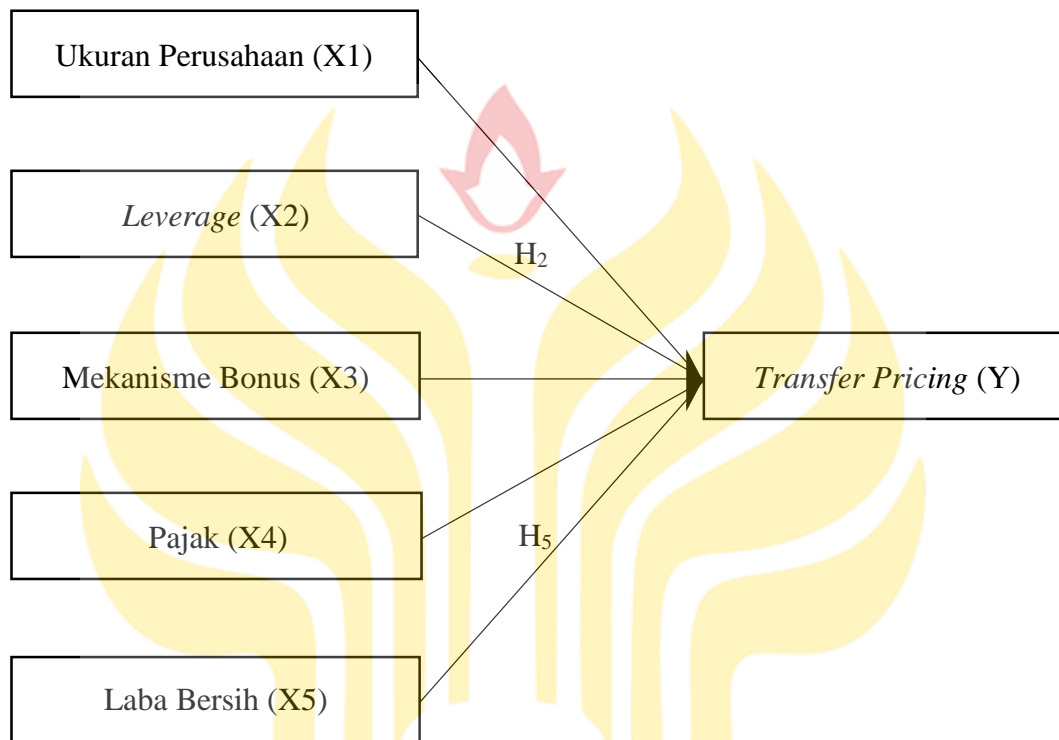
bahwa laba bersih merupakan selisih lebih pendapatan atas beban – beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

Agency theory menjelaskan bahwa manajemen perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pemilik atau *stakeholder*-nya mengenai kinerja perusahaan melalui pengungkapan kinerja keuangan dalam *annual report* dan *financial report* yang diterbitkan oleh perusahaan. *Annual report* dan *financial report* merupakan sarana untuk pengambilan keputusan bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa terdapat konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer perusahaan (*agent*). Dimana dalam konflik kepentingan tersebut pemilik perusahaan berkepentingan untuk mendapatkan dividen atau mengejar laba setinggi mungkin, sedangkan manajer berkeinginan untuk memperoleh insentif atas jasa yang telah diberikan misalnya seperti bonus, kenaikan gaji, dan tunjangan lainnya. Untuk mengejar laba yang diinginkannya, pemilik perusahaan meminta pihak manajemen perusahaan untuk memanipulasi laba yang diperoleh. Manipulasi laba yang dilakukan bertujuan untuk membuat laba perusahaan seolah – olah rugi padahal keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut cukup besar. Karena semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan tersebut. Manipulasi laba perusahaan dapat dilakukan salah satunya dengan menerapkan praktik *transfer pricing*, yaitu dengan mengalihkan labanya ke perusahaan afiliasinya yang berada di negara lain yang menerapkan tarif pajak rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula tarif pajak yang dikenakan. Berkaitan

dengan hal tersebut, maka perusahaan akan semakin termotivasi untuk menerapkan *transfer pricing* dalam meningkatkan laba bersihnya.

Sehubungan dengan laba bersih dalam kaitannya dengan *transfer pricing*, hasil penelitian Richardson *et al.* (2013) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresifitas *transfer pricing*, dimana perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kapasitas dan insentif untuk terlibat dalam agresifitas *transfer pricing*. Dalam penelitiannya tersebut, Richardson *et al.* (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung terlibat dalam transaksi atau skema yang dirancang untuk menghindari pajak perusahaan secara signifikan. Serta perusahaan yang memiliki laba sebelum pajak yang lebih tinggi dapat menghindari pajak perusahaan secara proporsional daripada perusahaan yang memiliki laba sebelum pajak yang lebih rendah. Dalam kaitannya dengan *transfer pricing*, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi kemungkinan menyesuaikan harga transfernya untuk mengurangi laba di negara yang menerapkan tarif pajak tinggi maupun sebaliknya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dibentuk kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Kerangka Berpikir

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Laba bersih berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa determinan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012 – 2016. Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.
3. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
4. Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.
5. Laba bersih berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan maupun keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan dengan menggunakan pengukuran berupa log natural terhadap total aset tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pengukuran log natural selain total aset, misalnya log natural terhadap total penjualan maupun kekayaan bersih perusahaan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan lebih valid.

2. Mekanisme bonus menggunakan pengukuran berupa indeks *trend* laba bersih tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menggunakan alternatif pengukuran lain misalnya variabel *dummy* dengan melihat apakah perusahaan yang diteliti menerapkan kebijakan bonus atau tidak agar hasil penelitian yang diperoleh lebih baik dan lebih valid.
3. *Leverage*, pajak, dan laba bersih menunjukkan pengaruh positif secara signifikan terhadap *transfer pricing*, peneliti menyarankan untuk menggunakan alternatif pengukuran selain yang digunakan dalam penelitian ini agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan informasi kepada manajemen perusahaan agar tidak menyalahgunakan *transfer pricing* dalam meningkatkan keuntungan perusahaan.
5. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi berkaitan dengan *transfer pricing*. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan informasi mengenai faktor – faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing* dalam perusahaan multinasional.
6. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menghadirkan variabel intervening dalam memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maupun variabel moderating dalam memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih baik. Hal itu perlu dilakukan karena dalam

penelitian ini ada dua variabel independen (ukuran perusahaan dan mekanisme bonus) yang menunjukkan pengaruh yang kecil atau bahkan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yang menjadi sentral dalam penelitian ini.

7. Penelitian ini hanya menghasilkan koefisien determinasi sebesar 41,6 %. Oleh karena itu, masih ada variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan kebijakan *transfer pricing*. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya menambahkan variabel independen lain diluar penelitian ini yang memiliki probabilitas tinggi dalam mempengaruhi *transfer pricing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anissa, R. R., & Handayani, B. D. (2015). Analisa Faktor yang Memotivasi Manajemen Perusahaan Melakukan Tax Planning. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–11. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Anthony, Robert N., & Govindarajan, Vijay. 2012. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Atika, Darminto, & Handayani, S. R. (2013). Pengaruh Beberapa Rasio Keuangan Terhadap Prediksi Kondisi Financial Distress. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 1–11. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/32>
- Barker, J., Asare, K., & Brickman, S. (2017). Transfer Pricing As A Vehicle In Corporate Tax Avoidance. *The Journal of Applied Business Research*, 33(1), 9–16.
- Bisnis.com. (2017, February). Ini Manfaat Aturan Baru Transfer Pricing bagi Pengusaha. *Tempo*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/845658/ini-manfaat-aturan-baru-transfer-pricing-bagi-pengusaha>
- Cahyo, A. D. (2013). Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas Operasi, dan Investment Opportunity Set Terhadap Kebijakan Dividen Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2012, 2, 1–25. Retrieved from <http://jurnal.umrah.ac.id>
- Christiani, E. V., & Kusmuriyanto. (2016). The Influences of Knowledge on Taxation, Tax Payers Moral Integrity, Tax Benefits Perception, and Tax Socialization on Tax Avoidance Action. *Accounting Analysis Journal*, 5(3), 189–196. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Clausing, K. A. (2003). Tax-Motivated Transfer Pricing and US Intrafirm Trade. *Journal of Public Economics*, 87, 2207–2223. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(02\)00015-4](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(02)00015-4)
- Cristea, A. D., & Nguyen, D. X. (2016). Transfer Pricing by Multinational Firms: New Evidence from Foreign Firm Ownerships. *American Economic Journal: Economic Policy*, 8(3), 170–202. <https://doi.org/10.257/pol.20130407>

- Febriyanto, A. S., & Firmansyah, A. (2018). The Effects of Tax Avoidance, Accrual Earnings Management, Real Earnings Management, and Capital Intensity on the Cost of Equity. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 10(1), 40–50. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jda>
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gordon, E. A., & Henry, E. (2005). Related Party Transactions and Earnings Management, 1–37. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.612234>
- Gusnardi. (2009). Penetapan Harga Transfer dalam Kajian Perpajakan. *Jurnal Pekbis*, 1(1), 36–43.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 18*. Retrieved from lib.ibs.ac.id
- Healy, P. M. (1985). The Effect of Bonus Schemes On Accounting Decision. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1–3), 85–107. [https://doi.org/0165-4101\(85\)90029-1](https://doi.org/0165-4101(85)90029-1)
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Holtzman, Y., & Nagel, P. (2014). An Introduction to Transfer Pricing. *Journal of Management Development*, 33(1), 57–61. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2013-0139>
- Hutami, R. P. (2012). Pengaruh Dividend Per Share, Return On Equity, dan Net Profit Margin terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2010. *Jurnal Nominal (Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen Indonesia) Universitas Negeri Yogyakarta*, 1(1), 104–123. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1001>
- Ifada, L. M., & Kusumadewi, N. (2014). Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas Operasional, Investment Opportunity Set and Firm Size Terhadap Deviden Kas. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 6(2), 177–190. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jda>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.

- KEMDIKBUD. (2016a). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Retrieved October 23, 2018, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/netral>
- KEMDIKBUD. (2016b). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Retrieved October 23, 2018, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/peyorasi>
- Karomatunnisa, I. R. (2016). Peran Organization For Economic and Development dalam Mengganggu Praktik Tax Crime di Indonesia (Studi Kasus: Transfer Pricing di Indonesia Tahun 2003 - 2012). *Journal of International Relations*, 2(2016), 311–318. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi>
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khulsum, U. A., & Satyawan, M. D. (2014). Pengaruh Karakteristik Usaha Wajib Pajak Badan Terhadap Tingkat Kepatuhan Berdasarkan Pengukuran Reputing Compliance (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Sawahan). *Jurnal Akuntansi AKRUAL*, 6(1), 33–50. Retrieved from <http://fe.unesa.ac.id/ojs/index.php/akrl>
- Kurniasih, T., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 58–66.
- Lestari, W., & Kusmuriyanto. (2015). Pengaruh Keadilan, Administrasi Perpajakan, Pengetahuan dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Tax Avoidance. *Accounting Analysis Journal*, 4(4), 1–9. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaaj>
- Lih, & Ir. (2008, January). Dugaan Praktek Transfer Pricing Adaro Sulit Dibuktikan. *Detik Finance*. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-875957/dugaan-praktek-transfer-pricing-adaro-sulit-dibuktikan->
- Lin, C.-W., & Chang, H.-C. (2010). Motives of transfer pricing strategies – systemic analysis. *Industrial Management and Data Systems*, 110(8), 1215–1233. <https://doi.org/10.1108/02635571011077843>
- Lo, A. W. Y., Wong, R. M. K., & Firth, M. (2010). Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies. *The Journal of The American Taxation Association*, 32(2), 1–26. <https://doi.org/10.2308/jata.2010.32.2.1>
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Marisa, R. (2017). Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 5(2), 1–24. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- McColgan, P. (2001). Agency Theory and Corporate Governance: A Review of The Literature from UK Perspective, 1–76. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/79c5/2954af851c95a27cb1fb702c23feaae86ca1.pdf>
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(1), 62–73.
- Murhadi, Werner R. 2015. *Analisis Laporan Keuangan: Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noviastika, D., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan dengan Perusahaan Asing. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9. Retrieved from perpajakan.studentjournal.ub.ac.id
- Nuraina, E. (2012). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi AKRUAL*, 4(1), 51–70. Retrieved from <http://fe.unesa.ac.id/ojs/index.php/akrl>
- Purwanti, L. (2010). Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2), 430–436.
- Ramli, M. R., & Arfan, M. (2011). Pengaruh Laba, Arus Kas Operasi, Arus Kas Bebas, dan Pembayaran Dividen Kas Sebelumnya Terhadap Dividen Kas yang Diterima Oleh Pemegang Saham. *Jurnal Telaah Dan Riset Akuntansi*, 4(2), 126–138. Retrieved from <http://jurnal.unsyiah.ac.id>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 543–555. Retrieved from <http://www.neliti.com/publications/131633/pengaruh-pajak-mekanisme-bonus-ukuran-perusahaan-kepemilikan-asing-dan-tunneling>
- Resmi, Siti. 2008. *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9(2), 136–150. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.06.002>
- Rispayanto, S. (2013). Pengaruh Laba Kotor, Laba Operasi, Laba Bersih, dan Arus Kas Operasi Masa Mendatang (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 1(3), 1–29. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id>
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- Setiawan, H. (2014). Transfer Pricing dan Resikonya Terhadap Penerimaan Negara. Retrieved from <http://kemenkeu.go.id>
- Siregar, S. V. N. P., & Utama, S. (2005). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktik Corporate Governance Terhadap Pengelolaan Laba (Earnings Management). *Simposium Nasional Akuntansi 8 Solo*, 8, 15–16. Retrieved from <http://pdeb.fe.ui.ac.id/?p=7409>
- Siswianti, & Kiswanto. (2016). Analisis Determinan Tax Aggressiveness Pada Perusahaan Multinasional. *Accounting Analysis Journal*, 5(1), 1–10. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Slater, A. G. (1977). International Transfer Pricing. *Management Decision*, 15(6), 550–560. <https://doi.org/10.1108/eb001146>
- Stewart, J. C. (1989). Transfer Pricing: Some Empirical Evidence from Ireland. *Journal of Economic Studies*, 16(3), 40–56. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000000132>
- Sulistiani, I., & Jayanto, P. Y. (2016). Factors Affecting Individual Tax Payers Attitude to Do Tax Evasion (Empirical Study on Apparatus / Public Official in Purbalingga District). *Accounting Analysis Journal*, 5(4), 352–359. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Sumanto, B., Asrori, & Kiswanto. (2014). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Manajemen Laba. *Accounting Analysis Journal*, 3(1), 44–52. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Suyapto, M., & Lasmana, M. S. (2014). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur 1. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, (2), 174–186.

- Tian. (2016, August). Kilas Balik Kasus Pajak Asian Agri. *Radarkota*. Retrieved from <http://radarkota.com/read/1482/Kilas-Balik-Kasus-Pajak-Asian-Agri>
- Tiwa, E. M., Saerang, D. P. E., & Tirayoh, V. Z. (2017). Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013 - 2015. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2666–2675.
- Turyatini. (2017). The Analysis of Tax Avoidance Determinant on The Property and Real Estate Companies. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 9(2), 143–153. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jda>
- Wahyudin, Agus. 2015. *Metodologi Penelitian: Penelitian Bisnis dan Pendidikan*. Edisi Pertama. Semarang: UNNES Press.
- Widhiarso, W. (2011a). Beberapa Penyebab Mengapa Hasil Uji Statistik Tidak Signifikan. Retrieved June 7, 2011, from <http://wahyupsy.blog.ugm.ac.id/2011/06/07/hasil-uji-statistik-tidak-signifikan-mengapa/>
- Widhiarso, W. (2011b). Berurusan dengan Outliers. In *Diskusi Metodologi Penelitian* (pp. 1–4). Retrieved from <http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/>
- Wijaya, D. S., Supatmi, & Widi, Y. (2011). Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Related Party Transaction. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 9(1), 77–88. Retrieved from <http://journal.ummg.ac.id/index.php/bisnisekonomi/article/view/93>
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XV*, 1–23. Retrieved from <http://pdeb.fe.ui.ac.id>
- Zain, Mohammad. 2007. *Manajemen Perpajakan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.