



**PENGARUH BEBAN PAJAK, MEKANISME BONUS,
DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI
Periode 2016 – 2019)

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Disusun oleh:

Suryani Malik

NIM. 7211416175

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Agustus 2020

Mengetahui,



Ketua Jurusan Akuntansi

Rozhanito, S.E., M.Si., CMA, CIBA, CERA
NIP. 498309012008121002

Pembimbing

Niswah Baroroh, S.E., M.Si.
NIP. 198901282015042001

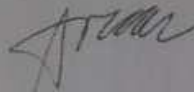
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Skripsi Kelulusan Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 2 September 2020

Penguji I



Trisni Suryarini, S.E., M.Si.
NIP. 197804132001122001

Penguji II



Kiswanto, S.E., M.Si., CMA., CIBA., CERA
NIP. 198309012008121002

Penguji III



Niswah Baroroh, S.E., M.Si.
NIP. 198901282015042001

Mengetahui,



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KULTUR
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
Fakultas Ekonomi
UNNES
Drs. H. Yanto, MBA, Ph.D
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suryani Malik

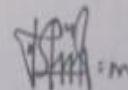
NIM : 7211416175

Tempat Tanggal Lahir : Klaten, 04 November 1997

Alamat : Jl. Kepoh - Juwiring Km. 1 Nolowangsan RT 02
RW 02 Desa Trasan Kecamatan Juwiring Kabupaten
Klaten Jawa Tengah

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan jiplakan dari karya tulis orang lain baik Sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti jiplakan dari karya tulis orang lain. Maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 2 September 2020



Suryani Malik

NIM 7211416175

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- ✓ “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain” (HR. Ahmad)
- ✓ “Inna ma’al ‘usri yusroo, Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”
- ✓ “Dream, Believe, and Make it Happen” (Agnéz Mo)
- ✓ “Succed needs a process” (Anonymous)

Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- ✓ Kedua orang tuaku Bapak Ali Murdowo dan Ibu Sumiyem. Terimakasih atas do’a dan pemberian nilai-nilai hidup yang sangat berharga.
- ✓ Kakakku Esti Puji Astuti dan sahabat-sahabatku. Terimakasih atas dukungan kalian selama ini.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) di Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, motivasi, semangat serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Drs. Heri Yanto, MBA, Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti program S1 di Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Kiswanto, S.E., M.Si., CMA., CIBA., CERA., Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dukungan untuk kelancaran penyusunan skripsi.
4. Ibu Niswah Baroroh, S.E., M.Si., dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi, dan saran kepada penulis.

5. Ibu Trisni Suryarini, S.E., M.Si. dan Bapak Kiswanto, S.E., M.Si., CMA., CIBA., CERA., dosen penguji I dan II yang telah membantu saya dalam menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Muhammad Khafid, M.Si., Dosen Wali Akuntansi C 2016 yang telah mendampingi penulis mulai dari awal hingga sampai akhir studi di Universitas Negeri Semarang.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis.
8. Almamaterku Universitas Negeri Semarang. Terimakasih atas kesempatan dan pembelajaran yang telah diberikan.
9. Teman-teman Akuntansi C 2016, Kos Istana Bawah Tanah, Tunjung, Mutia, Yuni, dan Arina atas bantuan dan semangatnya.

Semoga kebaikan, kesabaran, dan amal baik yang telah diberikan mendapat ridho Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan untuk meningkatkan kualitas penulisan di masa yang akan datang. Namun, dibalik ketidaksempurnaan tersebut, masih terbesit satu harapan penulis yakni semoga laporan ini bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, 2 September 2020



Penulis

SARI

Malik, Suryani. 2020. “Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Niswah Baroroh, S.E. M.Si.

Kata kunci: *Transfer Pricing*, **Beban Pajak**, **Mekanisme Bonus**, *Tunneling Incentive*, **Profitabilitas**

Transfer pricing merupakan harga yang terkandung dalam setiap produk atau jasa yang ditransfer dari satu divisi ke divisi lain atau ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2019. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel akhir sebanyak 16 perusahaan dengan 45 unit analisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi moderasi dengan uji nilai selisih mutlak. Pengujian hipotesis menggunakan aplikasi *IBM SPSS Versi 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Profitabilitas memoderasi secara signifikan hubungan antara variabel beban pajak dengan *transfer pricing*, namun tidak memoderasi hubungan antara mekanisme bonus dan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing*.

Simpulan dari penelitian ini adalah variabel *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan beban pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Profitabilitas memoderasi secara signifikan pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing*, namun tidak memoderasi pengaruh mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan variabel lain karena masih rendahnya nilai pengaruh yang diberikan oleh variabel independen dan dapat menggunakan proksi lain untuk mengukur variabel *transfer pricing*.

ABSTRACT

Malik, Suryani. 2020. *“The Effect of Tax Expense, Bonus Mechanism and Tunneling Incentive towards Transfer Pricing with Profitability as Moderating Variable”*. Final Project. Department of Accounting. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor Niswah Baroroh, S.E., M.Si.

Keywords: Transfer Pricing, Tax Expense, Bonus Mechanism, Tunneling Incentive and Profitability.

Transfer pricing is the price contained in any of the products or services transferred from one division to another division or to another company that has a special relationship. This research aims to know the effect of tax expense, bonus mechanism, and tunneling incentive towards transfer pricing with profitability as moderating variable.

The population of this research is the mining companies listed in the Indonesia Stock Exchange in the year of 2016 – 2019. The sample selection used purposive sampling method and the final sample obtained as many as 16 companies with 45 units of analysis. The data analysis technique used in this study is moderating regression analysis with an absolute difference test. Hypothesis tested using IBM SPSS Version 23.

The results showed that tax expense and bonus mechanism variable have no significant effect of transfer pricing decision. Tunneling incentive has a significant positive effect of transfer pricing decision. Profitability moderate the relationship between tax expense with transfer pricing, but does not moderates the relationship between bonus mechanism and tunneling incentive with transfer pricing.

The conclusions are tunneling incentive has a significant positive effect on transfer pricing, but tax expense and bonus mechanism has no effect on transfer pricing. Profitability variable moderate the relationship between tax expense and transfer pricing, but profitability variable does not moderates the relationship between bonus mechanism and tunneling incentive with transfer pricing. Suggestions for further research use add other variables because of the low value of influence given by the independent variables and can use different measurement on the transfer pricing variable.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
ABSTRACT.....	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.....	18
1.3. Cakupan Masalah.....	20
1.4. Rumusan Masalah	21
1.5. Tujuan	22
1.6. Manfaat Penelitian	23
1.6.1. Manfaat Teoritis	23
1.6.2. Manfaat Praktis.....	23
1.7. Orisinilitas Penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	25
2.1. Kajian Teori Dasar	25

2.1.1.	Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	25
2.1.2.	Teori Akuntansi Positif (<i>Positive Accounting Theory</i>)	31
2.2.	Kajian Variabel Penelitian	34
2.2.1.	<i>Transfer Pricing</i>	34
2.2.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Transfer Pricing</i>	40
2.2.3	Beban Pajak	46
2.2.4.	Mekanisme Bonus	49
2.2.5.	<i>Tunneling Incentive</i>	52
2.2.6.	Profitabilitas	55
2.3.	Kajian Penelitian Terdahulu	57
2.4.	Kerangka Berpikir	65
2.4.1.	Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	65
2.4.2.	Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	67
2.4.3.	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	70
2.4.4.	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	72
2.4.5.	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	75
2.4.6.	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	77
2.5.	Hipotesis Penelitian	80
	BAB III METODE PENELITIAN	82

3.1.	Desain Penelitian.....	82
3.2.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	83
3.2.1.	Populasi dan Sampel.....	83
3.2.2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	83
3.3.	Variabel Penelitian.....	84
3.3.1.	Variabel Dependen (Y).....	85
3.3.2.	Variabel Independen (X).....	85
3.3.3.	Variabel Moderating (Z).....	87
3.4.	Teknik Pengambilan Data.....	88
3.5.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	89
3.5.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	89
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	91
3.5.3.	Analisis Regresi Moderasi.....	93
3.5.4.	Uji Hipotesis.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		96
4.1.	Hasil Penelitian.....	96
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	96
4.1.2.	Analisis Statistik Deskriptif.....	96
4.1.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	107
4.1.4.	Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i>	112
4.1.5.	Hasil Uji Hipotesis.....	115
4.2.	Pembahasan.....	120
4.2.1.	Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	121

4.2.2.	Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	125
4.2.3.	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	129
4.2.4	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	132
4.2.5	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	134
4.2.6	Profitabilitas Memoderasi Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	136
BAB V PENUTUP.....		139
5.1.	Kesimpulan	139
5.2.	Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA		142
LAMPIRAN		148

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerimaan Pajak Sektor Pertambangan.....	4
Tabel 2.1 Pengukuran <i>Transfer Pricing</i>	39
Tabel 2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Transfer Pricing</i>	46
Tabel 2.3 Pengukuran Beban Pajak	48
Tabel 2.4 Pengukuran Mekanisme Bonus.....	51
Tabel 2.5 Pengukuran <i>Tunneling Incentive</i>	54
Tabel 2.6 Pengukuran Profitabilitas	56
Tabel 2.7 Ringkasan Penelitian Terdahulu	62
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	84
Tabel 3.2 Definisi Operasional	87
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	97
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Transfer Pricing</i>	97
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Transfer Pricing</i>	98
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Beban Pajak	99
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Beban Pajak	100
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Mekanisme Bonus.....	101
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Mekanisme Bonus	102
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Tunneling Incentive</i>	103
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tunneling Incentive</i>	104
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas	105
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Profitabilitas.....	106
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	108
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	109
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	110
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	111
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai Selisih Mutlak	112
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	116
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	117
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	119
Tabel 4.20 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	80
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Sampel	148
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data Sampel	149
Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif	151
Lampiran 4. Tabel Distribusi Frekuensi.....	152
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	154
Lampiran 6. Hasil Uji Moderated Regression Analysis.....	156
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	157
Lampiran 8. Laporan Keuangan.....	159

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian dan teknologi mengakibatkan kegiatan transaksi perdagangan antar negara menjadi semakin lancar dan mudah. Banyak perusahaan-perusahaan yang memperluas usahanya dengan mendirikan anak perusahaan maupun cabang perusahaan di negara lain. Hal tersebut bertujuan untuk memperkuat strateginya di bidang bisnis dan mengembangkan pangsa pasar ekspor dan impor produk mereka di berbagai negara (Sumarsan, 2013). Selain itu, investasi dari investor asing juga dapat menimbulkan transaksi yang bersifat internasional.

Persoalan yang dihadapi sehubungan dengan investasi asing adalah adanya kegiatan *transfer pricing*, yaitu memperbesar harga pembelian atau memperkecil harga penjualan penghematan pajak kepada pihak yang masih memiliki hubungan istimewa (Noviastika et al., 2016). *Transfer pricing* sendiri merupakan isu secara global dalam dunia bisnis terutama dalam perpajakan. Aktivitas dari *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia salah satunya adalah perusahaan pertambangan.

Masalah yang dihadapi pada perusahaan pertambangan salah satunya adalah adanya perbedaan tarif pajak di masing-masing negara. Akibat adanya perbedaan tarif pajak tersebut, maka perusahaan pertambangan cenderung akan memindahkan atau menggeser labanya ke perusahaan di negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah seperti Singapura. Diketahui bahwa Singapura merupakan negara yang menetapkan tarif pajak paling rendah se-ASEAN (lifepal.co.id, 2019). Upaya

tersebut dilakukan dengan tujuan memperkecil beban pajak yang akan dibayarkan sehingga laba atau keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan tersebut tetap maksimal.

Transfer pricing pada awalnya digunakan untuk kepentingan tertentu, namun dengan perkembangan zaman, *transfer pricing* sering disalahgunakan untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar perusahaan agar laba yang diperoleh tetap maksimal (Siddique & Ahmed, 2015). Tujuan awal adanya *transfer pricing* sebenarnya untuk menilai kinerja anggota dan divisi perusahaan apakah sudah memenuhi sasaran kinerja yang telah ditentukan atau belum. Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya perekonomian *transfer pricing* sering disalahgunakan yaitu sebagai suatu usaha perusahaan dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan. Pajak selain bersifat memaksa, juga sering dihindari oleh wajib pajak terutama pada wajib pajak badan atau perusahaan yang berorientasi pada laba (Mangoting, 2000).

Tarif pajak yang berbeda-beda di setiap negara mengakibatkan perusahaan multinasional yang operasionalnya di beberapa negara menggunakan pajak penghasilan sebagai salah satu unsur untuk mengoptimalkan laba dengan cara memaksimalkan penghasilannya di negara yang bertarif pajak rendah dan meminimalkan penghasilannya di negara yang bertarif pajak tinggi (Zain, 2005:303).

Suandy (2017:77) mendefinisikan pengertian *transfer pricing* menjadi dua, yaitu pengertian bersifat netral dan bersifat peyoratif. Yang dimaksud dengan pengertian bersifat netral yaitu *transfer pricing* merupakan strategi dan taktik bisnis

tanpa motif pengurangan beban pajak. Sedangkan yang dimaksud dengan pengertian bersifat peyoratif yaitu *transfer pricing* merupakan upaya untuk menghemat beban pajak dengan cara menggeser laba ke negara yang memiliki tarif pajak yang rendah.

Adanya kegiatan *transfer pricing* antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa mengakibatkan berkurangnya penerimaan pajak di suatu negara karena perusahaan menggeser kewajiban perpajakannya ke perusahaan yang berafiliasi di negara yang tarif pajaknya lebih rendah. Bahkan ada juga perusahaan yang mengaku rugi untuk menghindari pajak agar terbebas dari kewajibannya membayar pajak (Cahyadi & Noviari, 2018). Perusahaan yang melakukan pembukuan mengalami kerugian fiskal dalam suatu tahun pajak, maka kerugian fiskal tersebut dapat dikompensasi selama lima tahun berturut-turut yang dimulai dari tahun pajak berikutnya (klikpajak.id, 2020).

Direktorat Jenderal Pajak, Ken Dwijugiastadi, mengungkapkan bahwa sejumlah 2000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar pajak penghasilan badan selama 10 tahun terakhir dengan alasan perusahaan tersebut mengalami kerugian (Halim Rachmat, 2019). Menurut Yustinus Prastowo sebagai Direktur Eksekutif *Center For Indonesian Taxation*, mengatakan bahwa Indonesia memiliki potensi kehilangan Rp 100 triliun tiap tahun akibat praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalisir setoran pajak ke negara (economy.okezone.com, 2015).

Tahun 2018, *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics*, OECD mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* naik 20%. Otoritas pajak

memperkirakan sengketa pajak yang berhubungan dengan *transfer pricing* akan meningkat karena lebih dari 60% transaksi dilakukan oleh perusahaan multinasional (ekonomi.bisnis.com, 2019).

Semakin meningkatnya kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap pendapatan negara terutama di sektor pajak. Karena sumber utama pendapatan negara adalah pajak. Pada tahun 2019 penerimaan pajak di Indonesia mencapai Rp 1.545,3 triliun dari total penerimaan negara sebesar Rp 1.957,2 triliun (Kemenkeu.go.id, 2019). Berarti sebesar 78,95% penerimaan negara diperoleh dari pajak. Apabila dilihat dari data tersebut, kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan akan mengurangi jumlah pajak sehingga penerimaan negara pun juga ikut menurun.

Tabel 1.1 Penerimaan Pajak Sektor Pertambangan

No	Tahun	Penerimaan Pajak Pertambangan	Persentase Pertumbuhan Pajak Pertambangan	Penerimaan Pajak Negara
1.	2017	50,44 triliun	39,30%	1.498,9 triliun
2.	2018	80,55 triliun	51,15%	1.618,1 triliun
3.	2019	66,12 triliun	32,15%	1.545,3 triliun

Sumber: Kemenkeu, 2020

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penerimaan pajak dari sektor pertambangan pada tahun 2017 dan 2018 mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 penerimaan pajaknya tumbuh 39,3%. Salah satu penyebab naiknya sumbangan pajak tersebut adalah harga komoditas yang sedang naik. Kemudian pada tahun 2018 penerimaan pajak dari sektor pertambangan mencapai Rp 80,55 triliun atau tumbuh 51,15%. Pertumbuhan ini lebih baik apabila dibandingkan tahun 2017. Namun, pada tahun 2019 penerimaan pajak di sektor pertambangan mengalami penurunan sebesar 19%

apabila dibandingkan pada tahun 2018 menjadi 66,12 triliun. Penurunan tersebut terjadi karena restitusi pajak yang naik 11,16% dan PPh badan juga turun 21,63%.

Transfer pricing diatur dalam Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 yang mengatur tentang pajak penghasilan. Pasal 18 ayat (3) Undang-undang PPh menerangkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mempunyai wewenang untuk menentukan kembali besar Penghasilan Kena Pajak (PKP) bagi wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa sesuai dengan kewajaran usaha tanpa dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) (Setiawan, 2014).

Pasal 18 ayat (4) Undang-undang PPh Nomor 36 Tahun 2008 mengatur tentang hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi apabila kepemilikan saham sebanyak 25% atau lebih. Sedangkan terjadinya hubungan istimewa wajib pajak orang pribadi apabila ada hubungan keluarga sedarah dan semenda dalam garis lurus atau kesamping satu derajat. Adanya hubungan istimewa tersebut akan mengakibatkan kekurangwajaran harga dalam suatu transaksi (pajakku.com, 2018).

Kasus *transfer pricing* di Indonesia sudah banyak ditemukan, lebih dari 80% dari *Mutual Agreement Procedure* (MAP) pada tahun 2018 menyelesaikan kasus *transfer pricing* (ekonomi.bisnis.com, 2019). Kepala Sub Direktorat Transaksi Khusus Direktorat Jenderal Pajak, Imanul Hakim mengatakan bahwa, ada empat sektor industri di Indonesia yang ditengarai rawan melakukan penghindaran pajak dengan cara *transfer pricing* yaitu sektor pertambangan, perkebunan, elektronik dan otomotif (investigasi.tempo.co, 2014). Sektor pertambangan menjadi salah satu sektor yang selalu menjadi perhatian khusus bagi pemerintah Indonesia. Sebagian

besar investasi sektor pertambangan di negara Indonesia didominasi oleh modal asing. Kenyataan ini menyebabkan sektor mineral dan batu bara mengekspor ke negara asal investor karena hasil pertambangan merupakan bahan baku industri manufaktur yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut. Adanya berbagai isu negatif menjadi tantangan tersendiri terkait dengan kegiatan *transfer pricing*. Dalam kasus *transfer pricing*, perusahaan multinasional dianggap selalu meminimalisasi jumlah pajaknya melalui rekayasa harga yang ditransfer terutama pada entitas afiliasi di luar negeri. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) juga melihat sektor pertambangan rawan korupsi salah satunya yaitu penghindaran pajak. KPK pernah mencatat kekurangan pembayaran pajak tambang di Kawasan hutan sebanyak Rp 15,9 triliun setiap tahunnya (DDTCNews, 2019).

Contoh kasus *transfer pricing* di Indonesia yaitu PT Adaro Energy pada tahun 2009-2017. Perusahaan Adaro sebagai penjual batu bara diduga telah memindahkan labanya ke perusahaan di luar negeri untuk memangkas pembayaran pajak di Indonesia. PT Adaro Energy melakukan *transfer pricing* ke salah satu anak perusahaan di Singapura yaitu Coaltrade Service International Pte Ltd.. PT Adaro Energy menjual batu bara ke Coaltrade dengan harga yang rendah. Kemudian Coaltrade menjual kembali batu bara tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Global Witness mencatat selama tahun 2009-2017 Coaltrade menjual lebih dari 70% batu bara yang berasal dari Adaro. Coaltrade juga menerima komisi dari anak perusahaan Adaro lainnya (tirto.id, 2019).

Adanya peristiwa tersebut bertujuan untuk memaksimalkan laba dan membukukannya di Singapura karena tarif pajak di Singapura lebih rendah apabila

dibandingkan dengan Indonesia. Proses dari Singapura kembali berlanjut dimana Coaltrade melakukan pengalihan laba ke Mauritius, Samudra Hindia yang tidak mengenakan pajak apapun sehingga itu menjadi alasan Coaltrade memindahkan labanya ke Mauritius.

Tahun 2009 sampai 2017, Coaltrade membayar 338,5 juta dolar AS kepada Vindoor Investments di Mauritius. Selain itu, pada tahun 2017 Coaltrade juga membayar 31 juta dolar AS untuk mengakuisisi Adaro Capital yang bertempat di Labuan, Malaysia yang merupakan wilayah suaka pajak. Adaro Capital digunakan untuk kegiatan investasi dan diduga memiliki sebagian tambang batu bara di Kestrel, Australia. Dengan adanya laporan ini, dapat diketahui hasil ekspor komoditas yang kerap jomplang dengan penerimaan pajak di Indonesia sehingga dalam laporan Global Witness, PT Adaro Energy diduga melakukan *transfer pricing* (tirto.id, 2019).

Penelitian ini menggunakan teori agensi dan teori akuntansi positif. Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan teori agensi sebagai hubungan antara agen (manajemen perusahaan) dengan *principal* (pemegang saham). Teori agensi pada penelitian ini digunakan untuk memahami konsep beban pajak dan *tunneling incentive*. Teori agensi pada studi akuntansi biasanya berfokus pada hubungan antara manajer dengan perusahaannya, tetapi pada penelitian Booth & Schulz (2004) menyatakan bahwa wajib pajak juga dapat dilihat sebagai agen. Hal tersebut diperkuat oleh Reinganum & Wilde (1985) yang menyebutkan bahwa hubungan antara agen dan *principal* terjadi antara wajib pajak dan fiskus. Peran wajib pajak (agen) adalah melaporkan dan membayarkan pajaknya ke pemerintah, sedangkan

peras fiskus (*principal*) adalah memungut pajak. Wajib pajak tentunya ingin mendapatkan laba yang tinggi dengan cara meminimalisir beban pajak yang harus dibayar dengan melalui *transfer pricing*. Sedangkan fiskus menginginkan pendapatan pajak yang maksimal dengan menghitung pajak penghasilan perusahaan sesuai dengan peraturan undang-undang yang telah ditetapkan. Semakin tinggi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka semakin tinggi motivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan dapat meminimalisir beban pajak yang dibayar dan laba yang diperoleh tetap maksimal.

Teori agensi juga digunakan untuk menjelaskan variabel *tunneling incentive*. Teori agensi muncul karena adanya perbedaan informasi dari pihak manajer dengan pemegang saham, dimana manajer memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan dari pada pemegang saham. Adanya pemberian wewenang dari *principal* kepada agen akan menimbulkan masalah perbedaan informasi antara *principal* sebagai pemegang saham dan agen sebagai pengelola perusahaan. Akan tetapi ketika struktur kepemilikan terkonsentrasi atau satu pihak memiliki pengendalian di perusahaan, maka masalah keagenan yang terjadi akan berbeda yaitu dari masalah manajer dengan pemegang saham menjadi masalah antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas akan memindahkan kekayaan perusahaan berupa aset atau laba perusahaan untuk kepentingan diri sendiri sehingga muncul perbedaan kepentingan dimana pemegang saham mayoritas menginginkan keuntungan individu setinggi-tingginya dibandingkan keuntungan untuk perusahaan. Sedangkan pemegang saham minoritas menginginkan keuntungan perusahaan yang tinggi. Pemindahan

aset atau laba yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas tersebut dinamakan *tunneling incentive*. Semakin tinggi perusahaan melakukan *tunneling incentive*, maka semakin tinggi keputusan perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing*.

Teori Akuntansi Positif juga menjadi landasan pada penelitian ini untuk mengetahui prosedur akuntansi yang akan dipilih manajer untuk memaksimalkan labanya dan mendapatkan bonus dari pemilik perusahaan. Teori Akuntansi Positif menjelaskan tentang bagaimana pengambilan kebijakan akuntansi dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan (Watts & Zimmerman, 1986). Adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. *Bonus plan hypothesis* adalah salah satu yang dipaparkan pada teori akuntansi positif. *Bonus plan hypothesis* merupakan hubungan antara bonus dan laba. Dengan adanya mekanisme bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan maka manajer akan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Sehingga adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. Lo et al. (2010) menjelaskan bahwa kecenderungan manajer perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila bonus didasarkan pada perolehan laba. Kompensasi yang diberikan kepada manajer dilihat dari kinerjanya. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan, maka semakin baik citra manajer dimata pemilik perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* salah satunya adalah beban pajak. Pajak merupakan iuran wajib dari rakyat yang sifatnya memaksa, sehingga pemerintah mewajibkan sebuah perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal tersebut dapat menjadi masalah bagi perusahaan, karena dengan membayar pajak tentunya laba pada perusahaan tersebut akan berkurang. Sehingga seorang manajer berkeinginan untuk meminimalkan pembayaran beban pajak dengan cara melakukan kegiatan *transfer pricing* ke perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa di negara lain dimana negara lain tersebut memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Beban pajak memang menjadi salah satu masalah di setiap perusahaan yang tidak dapat dihindari. Setiap perusahaan diwajibkan membayarkan pajaknya sesuai dengan yang sudah ditentukan. Apabila dalam suatu perusahaan tersebut labanya tinggi, maka beban pajak yang akan dibayarkannya juga tinggi. Dengan adanya pembayaran pajak perusahaan merasa dirugikan karena labanya akan berkurang untuk membayar beban pajak sehingga muncul kecurangan dalam membayarkan beban pajak. Dengan begitu, sebuah perusahaan untuk menghindari pembayaran beban pajak salah satu yang akan dilakukan adalah dengan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Suprianto & Pratiwi (2017) dan Anisyah (2018) dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan hasil bahwa beban pajak berpengaruh positif signifikan terhadap praktik *transfer pricing*, dimana semakin tinggi beban pajak yang dibayarkan perusahaan, maka akan mendorong perusahaan multinasional

yang berorientasi pada laba untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan dengan cara *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian Khotimah, (2018), Marfuah & Azizah (2014), Sari & Mubarok (2017) dan Susanti & Firmansyah (2018) menunjukkan hasil yang berlawanan yaitu beban pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan, semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan maka akan menurunkan keputusan *transfer pricing* perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015) dan Saifudin & Putri (2018) menunjukkan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehingga penelitian tersebut masih mengindikasikan adanya *research gap*.

Faktor lain yang mempengaruhi suatu perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan imbalan yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer karena telah memenuhi sasaran kinerja perusahaan, seorang manajer akan memperoleh bonus berdasarkan laba bersih atau karena telah mencapai sasaran kinerja yang telah ditentukan (Halim Rachmat, 2019). Apabila pemilik perusahaan atau pemegang saham menilai kinerja para manajer dengan memberikan penilaian yang baik, maka pemilik perusahaan tersebut akan memberikan penghargaan kepada manajer karena telah mengelola perusahaannya dengan baik atau telah mencapai target laba yang telah ditentukan.

Skema pemberian bonus yang diterapkan oleh perusahaan akan berdampak pada perilaku manajemen karena mereka akan berupaya untuk merekayasa laba agar laba yang diperoleh tinggi. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan laba yaitu dengan meminimalisasi pajak yang harus dibayarkan melalui *transfer pricing*.

Hartati et al. (2014) mengatakan bahwa, kompensasi bonus dilihat berdasarkan tim bervariasi di berbagai divisi dalam satu organisasi sehingga dalam sebuah tim harus saling membantu. Jadi bonus yang diberikan kepada manajer bukan berdasarkan pada laba sub unit saja, melainkan pada laba keseluruhan perusahaan.

Penelitian yang mengkaji tentang pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* sudah banyak dilakukan. Seperti pada penelitian Saifudin & Putri (2018) dan Halim Rachmat (2019) menunjukkan hasil bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Pemberian bonus kepada manajemen merupakan strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh & Hapsari (2015) menunjukkan hasil yang berlawanan yaitu mekanisme bonus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* karena jika ingin mendapatkan bonus dari direksi berani melakukan *transfer pricing* demi menaikkan laba perusahaan, maka hal ini sangat tidak etis karena masih ada kepentingan yang lebih besar lagi yaitu menjaga nilai perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah. Didukung dengan penelitian Pratama Septiyani et al. (2018), Anisyah (2018) dan Susanti & Firmansyah (2018) bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Manajer tidak keberatan mendapatkan laba yang lebih kecil dan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan bonus tambahan. Sehingga pada penelitian mekanisme bonus ini masih adanya *research gap*.

Tunneling incentive juga merupakan faktor non pajak yang mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* merupakan insentif yang berasal dari pengalihan aset dan laba perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, akan tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya (Hidayat et al., 2019). Semakin tinggi *tunneling incentive* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka akan semakin tinggi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Contoh kegiatan *tunneling* yaitu tidak adanya pembagian deviden sehingga pemegang saham minoritas kurang diuntungkan, menjual aset atau sekuritas ke perusahaan lain yang masih dikontrol oleh pemegang saham mayoritas dengan harga dibawah harga pasar, dan juga memilih anggota keluarganya meskipun tidak memenuhi kualifikasi untuk bekerja atau menduduki jabatan di perusahaan (Wafiroh & Hapsari, 2015).

Brundy & Siswantaya (2014) mengatakan bahwa *tunneling* dapat muncul dalam 2 cara, yang pertama yaitu pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya ke dirinya dengan melalui transaksi antar perusahaan dengan pemilik. Transaksi antar perusahaan tersebut dapat dilakukan dengan cara menjual aset, kompensasi eksekutif yang berlebihan, dan pemberian pinjaman. Kedua, pemegang saham mayoritas dapat meningkatkan bagiannya tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham yang dapat merugikan pemegang saham minoritas.

Penelitian tentang *tunneling incentive* yang dilakukan Mispianiti (2015), Wafiroh & Hapsari (2015) dan Anisyah (2018) dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hasilnya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana pemegang saham terbesar melakukan *tunneling* maka akan mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham minoritas. Namun penelitian tersebut berlawanan dengan penelitian Susanti & Firmansyah (2018) yang hasilnya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian Saifudin & Putri (2018), Pratama Septiyani et al. (2018) dan Khotimah (2018) menunjukkan hasil bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Jika dilihat dari penelitian-penelitian sebelumnya masih ada *research gap*.

Penelitian ini menggunakan variabel beban pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* sebagai variabel bebas sesuai dengan penelitian sebelumnya. Penelusuran riset terdahulu yang mengkaji tentang *transfer pricing*, masih menunjukkan hasil yang inkonsisten. Banyak peneliti yang menyatakan bahwa beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan. Namun, beberapa peneliti lainnya juga ada yang menyatakan hasilnya negatif dan tidak berpengaruh.

Research gap yang telah ditemukan dapat memberikan kesempatan penulis untuk memunculkan dugaan bahwa ada variabel lain yang dapat memperkuat atau justru memperlemah faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*. Sehingga penulis mengajukan sebuah hipotesis dengan menghadirkan variabel profitabilitas. Variabel profitabilitas disini akan menjadi variabel moderating untuk memoderasi pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* karena berdasarkan fenomena yang terjadi, *transfer*

pricing tidak lepas dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sari & Mubarak (2017) yang menguji pengaruh profitabilitas, pajak dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* juga membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2016. Richardson et al. (2013) dan Agana et al. (2018) juga membuktikan tentang pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Anisyah (2018) juga mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dengan memposisikan ROA sebagai proksi profitabilitas. Sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi penulis untuk menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. Cahyadi & Noviari (2018) berpendapat bahwa profitabilitas perusahaan menggambarkan efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan sehingga dapat mencapai target sesuai yang diharapkan pemilik perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin tinggi insentif perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing*.

Penulis memilih profitabilitas sebagai variabel moderating dengan alasan apabila suatu perusahaan mampu mendapatkan laba yang tinggi, maka beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan juga tinggi, maka semakin tinggi motivasi

perusahaan untuk menekan beban pajak seminimal mungkin dengan melakukan *transfer pricing*. Ditambah dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, maka beban pajak yang dibayarkan juga akan semakin tinggi sehingga motivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga semakin tinggi.

Alasan selanjutnya karena pemberian bonus kepada manajer melalui mekanisme bonus akan mempengaruhi strategi perusahaan itu sendiri. Para manajer akan berusaha memperoleh bonus dengan meningkatkan profitabilitas yaitu dengan cara *transfer pricing*. Pemberian bonus dari pemilik perusahaan kepada manajer apabila mampu mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan. Semakin tinggi manajer ingin memperoleh bonus dari pemilik perusahaan, maka semakin tinggi motivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Ditambah dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, maka bonus yang akan diberikan kepada manajemen juga semakin tinggi, sehingga motivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing* semakin tinggi.

Alasan terakhir karena perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi berarti laba yang diperoleh perusahaan juga tinggi. Sehingga pemegang saham mayoritas akan semakin tinggi untuk melakukan kegiatan *tunneling* yang bertujuan untuk mengalihkan aset atau laba perusahaan ke anak perusahaan dengan cara *transfer pricing* supaya dapat menekan beban-beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Semakin tinggi kegiatan *tunneling incentive* yang dilakukan pemegang saham mayoritas, maka perusahaan melakukan *transfer pricing* semakin tinggi. Ditambah dengan tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka akan semakin

tinggi pemegang saham mayoritas melakukan *tunneling incentive* sehingga semakin tinggi pula perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing*.

Variabel-variabel dalam penelitian ini menggabungkan variabel dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Variabel profitabilitas yang berperan sebagai moderasi antara beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* belum banyak dikaji dalam riset terdahulu. Penelitian ini menggunakan periode tahun 2016 – 2019. Dengan jangka waktu empat tahun diharapkan hasil pada penelitian ini dapat lebih baik dan cukup untuk menggambarkan kondisi perusahaan di Indonesia yang melakukan keputusan *transfer pricing*.

Adanya riset terdahulu mendasari penulis untuk menguji kembali *transfer pricing* pada perusahaan di Indonesia. Namun, penulis pada penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan pertambangan dipilih sebagai objek penelitian terhadap keputusan *transfer pricing* karena perusahaan pertambangan modalnya didominasi oleh modal asing. Selain itu, perusahaan pertambangan juga memiliki anak atau cabang diluar negeri sehingga hal itu mengindikasikan adanya hubungan istimewa. Dengan adanya perbedaan tarif pajak di luar negeri maka dapat juga mempengaruhi perusahaan pertambangan untuk melakukan *transfer pricing* agar dapat meminimalkan beban pajaknya sehingga perusahaan pertambangan diduga rawan adanya korupsi tentang penghindaran pajak.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas menjadi latar belakang pengajuan penelitian ini dengan judul **Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti akan menguraikan kembali permasalahan pada penelitian ini yaitu keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* biasanya digunakan oleh perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak karena besarnya beban pajak yang harus dibayarkan sehingga mengurangi laba perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan bukti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* di perusahaan, diantaranya:

1. Beban Pajak

Perusahaan yang memiliki laba tinggi tentunya akan membayar pajak yang tinggi pula, semakin tinggi pajak yang dibayarkan perusahaan maka akan semakin tinggi pula perusahaan tersebut untuk melakukan *transfer pricing*.

2. Mekanisme Bonus

Ketika bonus berdasarkan pada perolehan laba, maka manajer perusahaan akan memanipulasi labanya untuk memaksimalkan bonus dengan cara *transfer pricing*. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan dari pemilik perusahaan kepada manajer, sehingga semakin tinggi pula motivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing*.

3. *Tunneling Incentive*

Pemegang saham mayoritas melakukan kegiatan *tunneling* untuk mentransfer aset atau laba perusahaan ke anak perusahaan melalui *transfer pricing* yang bertujuan untuk menekan beban-beban yang akan mengurangi laba perusahaan. Semakin banyak kegiatan *tunneling* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka semakin banyak juga perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing*.

4. Profitabilitas

Profitabilitas yang tinggi menjadikan perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab yang lebih banyak untuk menarik investor.

5. Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang memiliki aset yang besar akan melakukan *transfer pricing* yang besar pula.

6. *Exchange Rate*

Perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* mata uang asing dengan memindahkan uang ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba perusahaan.

7. *Leverage*

Leverage untuk mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka semakin besar perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

8. *Intangible Assets*

Intangible assets merupakan aset tidak berwujud berupa pembayaran royalti.

Semakin sulit melakukan penilaian terhadap aset tidak berwujud maka perusahaan akan cenderung melakukan praktik *transfer pricing* kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa.

9. *Debt Covenant*

Manajer akan meningkatkan laba dan aktiva perusahaan untuk mengurangi biaya kontrak utang apabila perusahaan memutuskan perjanjian utangnya.

10. *Good Corporate Governance* (Kualitas Audit)

Semakin berkualitasnya audit suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut cenderung tidak akan melakukan manipulasi laba untuk kepentingan perpajakan.

1.3. Cakupan Masalah

Penelitian ini mengkaji tentang keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dengan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Faktor-faktor tersebut antara lain: beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive*, serta memasukkan profitabilitas sebagai faktor moderasi hubungan beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* karena *transfer pricing* tidak lepas dari kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi insentif perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing*. Obyek penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan karena perusahaan pertambangan memiliki anak atau cabang diluar negeri sehingga hal ini mengindikasikan adanya

hubungan istimewa. Dengan adanya perbedaan tarif pajak di luar negeri maka dapat juga mempengaruhi perusahaan pertambangan untuk melakukan *transfer pricing* agar dapat meminimalkan beban pajaknya sehingga diduga perusahaan pertambangan rawan adanya korupsi tentang penghindaran pajak. Salah satu perusahaan pertambangan yang menjadi fenomena gap pada penelitian ini terjadi kasus *transfer pricing* sehingga hal tersebut menjadikan penulis untuk mengambil obyek perusahaan di sektor pertambangan. Penelitian ini mengambil periode penelitian pada tahun 2016 sampai 2019 karena banyaknya kasus yang terjadi sebelum tahun 2017 sehingga penulis ingin mencoba meneliti lagi sebelum tahun 2017 dan setelah tahun 2017 yaitu pada periode 2016 sampai 2019.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan penelitian dapat diuraikan dibawah ini sebagai berikut:

1. Apakah beban pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi secara signifikan pengaruh beban pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

5. Apakah profitabilitas mampu memoderasi secara signifikan pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
6. Apakah profitabilitas mampu memoderasi secara signifikan pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

1.5. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan berdasarkan perumusan permasalahan penelitian maka tujuan penelitian yang diajukan adalah untuk:

1. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
5. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

6. Menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

1.6. Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memverifikasi beberapa teori yang dirujuk dalam penelitian ini yaitu teori agensi dan teori akuntansi positif yang berkaitan dengan pengaruh beban pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi penelitian dan kajian pustaka mengenai *transfer pricing*.

1.6.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sehingga dapat membantu manajer dalam mengambil keputusan untuk menentukan harga transfer tetapi tidak melanggar peraturan yang sudah ditentukan.

b. Bagi pemerintah dan regulator

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengembangkan regulasi perpajakan dan memberikan gambaran untuk melihat perilaku penghindaran pajak melalui *transfer pricing*.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk keputusan investasi yang tepat sehingga tidak berdampak pada kerugian atas investasi tersebut.

1.7. Orisinilitas Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen dimana berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, diperkirakan mampu mempengaruhi *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Variabel pada penelitian ini diambil dari beberapa penelitian terdahulu. Penelitian mengenai *transfer pricing* di perusahaan Indonesia sudah banyak diteliti, akan tetapi adanya inkonsisten memberikan kepada penulis untuk mengajukan hipotesis dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel moderating. Variabel profitabilitas yang berperan sebagai moderasi pengaruh beban pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* belum banyak dikaji oleh penelitian sebelumnya. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga berdasarkan fenomena gap yang terjadi perusahaan melakukan keputusan *transfer pricing* karena kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sangat tinggi, sehingga motivasi perusahaan semakin tinggi untuk melakukan *transfer pricing*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori Dasar

2.1.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi dikemukakan oleh Jensen dan Mackling pertama kalinya pada tahun 1976. Jensen & Meckling (1976) menjelaskan teori agensi sebagai hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dengan pemegang saham (*principal*). Hubungan dengan agen merupakan sebuah kontrak antara seorang manajer dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham yang bertujuan untuk memberikan jasa dan memberikan wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan di suatu perusahaan. Suprianto & Pratiwi (2017) juga menjelaskan teori agensi sebagai kontrak antara satu dengan pihak lain (*principal*) yang mendelegasikan wewenang kepada orang lain (agen) di perusahaannya untuk pengambilan keputusan.

Teori agensi muncul pada suatu perusahaan ketika ada hubungan antara manajemen perusahaan (agen) yang diberikan wewenang oleh pemegang saham (*principal*) untuk mengelola perusahaannya (Yuniasih et al., 2012). Seorang manajer tersebut diberi wewenang untuk mendapatkan atau mencari laba, kemudian manajer memberikan laporan kepada pemilik perusahaan. Apabila semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, berarti semakin bagus kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tentunya laba yang diperoleh tersebut karena hasil kerja dari manajemen. Sehingga dengan perolehan laba atau adanya kenaikan laba tersebut dapat bertujuan untuk menilai kinerja perusahaan apakah sudah mencapai

sasaran atau belum. Kemudian manajer (agen) akan diberikan bonus atau remunerasi atas pencapaian dalam mengelola perusahaan.

Hubungan antara agen dengan *principal* mengakibatkan adanya kewajiban manajemen untuk mempertanggungjawabkan apa yang sudah menjadi wewenangnya. Selain itu, hubungan keagenan membuat adanya pemisahan antara yang mengelola perusahaan dengan kepemilikannya dengan tujuan supaya pemilik perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya seminimal mungkin (Noviastika et al., 2016).

Mispiyanti (2015) menjelaskan terjadinya konflik antar kelompok merupakan konflik yang terjadi antara manajemen dengan pemegang saham (pemilik perusahaan), dimana ada kecenderungan manajer yang lebih mementingkan tujuannya sendiri daripada tujuan perusahaan. Menurut Suprianto & Pratiwi (2017) dalam teori agensi dijelaskan bahwa adanya informasi yang asimetris yaitu manajemen perusahaan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang apabila dibandingkan dengan pemilik atau pemegang saham. Teori keagenan juga ikut menjelaskan bahwa seorang manajer mengambil tindakan dengan menggunakan metode akuntansi untuk meningkatkan laba dalam laporan keuangan yang mengakibatkan ketidakefisien pada kualitas laporan keuangan (Febriyanto & Firmansyah, 2018). Sebagai agen, manajer akan bertanggung jawab untuk memaksimalkan laba perusahaan dan manajer akan memperoleh kompensasi sesuai dengan perjanjian antara manajer dengan pemegang saham. Sehingga dapat menimbulkan perbedaan kepentingan dalam

perusahaan dimana manajer dan pemegang saham akan sama-sama berusaha untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kemakmuran sesuai yang dikehendaki.

Berikut ini merupakan beberapa faktor yang dapat mengakibatkan munculnya masalah keagenan menurut McColgan (2001):

1. *Moral Hazard*

Moral hazard yaitu dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya akan diketahui oleh pemegang saham atau kreditur. Seorang manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham dimana telah melanggar kontrak atau perjanjian. *Moral hazard* ini biasanya terjadi pada perusahaan-perusahaan besar.

2. Penahanan Laba (*Earnings Retention*)

Masalah ini cenderung dilakukan oleh pihak manajemen (agen) yang berlebihan untuk melakukan investasi dengan melalui peningkatan dan pertumbuhan yang bertujuan untuk memperbesar kekuasaannya dan juga mendapatkan penghargaan bagi dirinya sendiri, akan tetapi dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

3. Horison Waktu

Masalah ini muncul karena pihak prinsipal (pemegang saham) ingin menekankan pada kondisi arus kas untuk masa depan yang dimana kondisinya belum pasti. Sedangkan manajemen lebih menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaannya.

4. Penghindaran Risiko Manajerial

Penghindaran risiko manajerial ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pencapaian kinerja yang telah dilakukan oleh manajer. Sehingga manajer akan berusaha untuk meminimalkan risiko investasi perusahaan. Manajer akan lebih senang apabila mengambil tindakan dengan risiko rendah.

Menurut Aljana & Purwanto (2017) konflik keagenan yang terjadi antara agen dan *principal* biasanya muncul karena agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan atau keinginan *principal* sehingga memicu timbulnya biaya keagenan (*agency cost*). Bentuk biaya agensi dapat bermacam-macam, umumnya berupa gaji dan kompensasi yang diberikan kepada dewan komisaris dan manajer dengan tujuan agar mereka dapat mengelola perusahaan sesuai dengan yang diharapkan oleh pemegang saham serta membuat sistem pengendalian perusahaan agar manajer dapat bekerja dengan jujur.

Menurut Jensen & Meckling (1976) biaya agensi dibagi menjadi 3 jenis yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. *Monitoring cost* merupakan biaya yang muncul untuk mengawasi, mengukur, dan mengamati serta mengontrol perilaku agen. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh manajemen (agen) supaya mematuhi dan menetapkan mekanisme yang ingin menunjukkan bahwa agen telah berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh *principal*. Sedangkan *residual loss* merupakan biaya yang berupa penurunan kesejahteraan *principal* karena adanya perbedaan keputusan agen dan *principal*.

Jensen & Meckling (1976) juga menjelaskan bahwa teori agensi merupakan transaksi yang memiliki hubungan istimewa sebagai transaksi yang efisien yang dapat menimbulkan konflik. Adanya tanggungjawab dan wewenang yang diberikan oleh manajer dapat menimbulkan masalah yaitu adanya asimetri informasi di antara manajer dan pemegang saham. Sebagai manajer perusahaan tentu mengetahui informasi yang lebih banyak apabila dibandingkan dengan pemegang saham. Struktur kepemilikan mempunyai potensi menimbulkan masalah keagenan, Masalah yang dapat timbul yaitu adanya konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas sebagai pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas sebagai pemegang saham non pengendali (Shleifer & Vishny, 1996). Dibuktikan oleh penelitian Ang et al. (2000) bahwa struktur kepemilikan dapat mempengaruhi biaya keagenan. Kepemilikan dalam jumlah yang besar dapat mempermudah dalam pengendalian manajemen.

Teori agensi selain menjelaskan hubungan antara manajer dengan perusahaannya, teori agensi juga menjelaskan hubungan antara wajib pajak dengan fiskus. Seperti pada penelitian Booth & Schulz (2004) yang menyatakan bahwa wajib pajak juga dapat dilihat sebagai agen. Hal tersebut diperkuat oleh Reinganum & Wilde (1985) yang menyebutkan bahwa hubungan antara agen dan *principal* terjadi antara wajib pajak dan fiskus. Peran wajib pajak (agen) adalah melaporkan dan membayarkan pajaknya ke pemerintah, sedangkan peran fiskus (*principal*) adalah memungut pajak. Wajib pajak tentunya ingin mendapatkan laba yang tinggi dengan cara meminimalisir beban pajak yang harus dibayar dengan melalui *transfer pricing*. Sedangkan fiskus menginginkan pendapatan pajak yang maksimal dengan

menghitung pajak penghasilan perusahaan sesuai dengan peraturan undang-undang yang telah ditetapkan.

Sistem perpajakan di Indonesia salah satunya yaitu *self assessment system*, yaitu wajib pajak dapat menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri (Ardyansah & Zulaikha, 2014). Sehingga adanya *self assessment system* ini dapat dilakukan oleh pihak agen (wajib pajak) untuk menghitung penghasilan kena pajaknya seminimal mungkin. Hal tersebut dilakukan pihak agen (wajib pajak) karena adanya asimetri informasi terhadap pihak *principal* (fiskus) untuk melakukan penghindaran pajak agar wajib pajak dapat mendapatkan keuntungan yang tinggi.

Dari penjelasan yang telah diuraikan, teori agensi dapat dipahami bahwa ketika suatu perusahaan mendelegasikan wewenangnya ke manajer maka akan menimbulkan asimetri informasi. Timbulnya asimetri informasi menyebabkan munculnya masalah keagenan.

Teori agensi digunakan oleh penulis untuk memahami konsep beban pajak dan *tunneling incentive*. Adanya perbedaan kepentingan antara agen (wajib pajak) dengan *principal* (fiskus) akan menimbulkan konflik keagenan dimana wajib pajak ingin mendapatkan laba yang tinggi dengan meminimalisir pembayaran beban pajaknya. Sedangkan fiskus menginginkan pendapatan pajak yang maksimal dengan menghitung pajak penghasilan dari perusahaan sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan.

Teori agensi juga menjelaskan adanya konflik yang timbul karena adanya perbedaan informasi, dimana pihak manajer lebih banyak memiliki informasi tentang perusahaan yang dikelola dibandingkan dengan pemegang saham. Namun

apabila satu pihak memiliki pengendalian atas perusahaan, sehingga akan berbeda permasalahannya yaitu akan berubah menjadi pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas yang memiliki informasi lebih banyak maka akan memindahkan kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas, dimana pemegang saham mayoritas ingin mendapatkan keuntungan individu yang lebih banyak dibandingkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

2.1.2. Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Watts & Zimmerman (1986) dalam jurnal berjudul *Positive Accounting Theory* menjelaskan bahwa mengapa kebijakan akuntansi dapat menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan juga pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan. Teori ini juga memprediksi kebijakan akuntansi yang akan dipilih perusahaan pada kondisi tertentu. Prediksi pada teori ini didasarkan pada hubungan antara manajer dengan kelompok lain seperti investor, kreditor, auditor, pihak pengelola pasar modal dan institusi pemerintahan. Pada teori ini terdapat tiga hipotesis yaitu:

1. Hipotesis Rencana Bonus (*Bonus Plan Hypotesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa para manajer perusahaan yang mengambil kebijakan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi karena seorang manajer ingin mendapatkan bonus yang tinggi. Apabila pemberian bonus didasarkan pada besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan, maka seorang manajer akan berusaha memberikan laporan laba bersih setinggi

mungkin agar mendapatkan bonus yang maksimal. Sehingga manajer akan memilih cara dan menentukan kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan laba pada laporan keuangan periode tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajer perusahaan dengan bonus tertentu lebih menyukai menggunakan metode yang dapat meningkatkan laba periode berjalan. Dengan mengambil keputusan tersebut, manajer berharap dapat meningkatkan bonus yang akan diterima.

2. Hipotesis Kontrak Hutang (*Debt Covenant Hypotesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa, semakin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran akuntansi berdasarkan adanya kesepakatan utang, maka akan mengakibatkan seorang manajer dalam memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan semakin besar. Sebagai contoh, perusahaan yang mendapatkan pinjaman boleh sepakat memelihara level tertentu, dari hutang terhadap harta, laporan bunga, modal kerja, dan harta pemegang saham. Apabila kesepakatan itu dikhianati, maka perjanjian hutang tersebut dapat mengeluarkan penalty, misalnya pembatasan deviden dan tambahan pinjaman. Untuk mencegah adanya pelanggaran tersebut, perusahaan dapat memilih kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan labanya di masa kini.

3. Hipotesis Biaya Politik (*Political Cost Hypotesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa semakin besar biaya politik yang ditanggung oleh perusahaan, maka manajer lebih memilih prosedur akuntansi dengan melaporkan laba yang sedikit dari masa kini menuju masa depan. Pada hipotesis ini, juga memperkenalkan suatu dimensi politik pada pengambilan kebijakan

akuntansi. Perusahaan-perusahaan besar akan dikenakan standar kinerja yang tinggi dengan memperoleh penghargaan terhadap tanggung jawab lingkungan. Apabila perusahaan besar mampu memperoleh laba bersih yang tinggi, maka biaya politik dapat diperbesar. Perusahaan-perusahaan juga akan menghadapi biaya politik pada poin-poin waktu tertentu. Persaingan dengan luar negeri cenderung akan mengarah pada penurunan laba kecuali perusahaan yang terkena dampaknya ini dapat mempengaruhi proses politik untuk dapat melindungi impor secara keseluruhan. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan mengadopsi kebijakan akuntansi *income decreasing* (pendapatan menurun) untuk meyakinkan pemerintah bahwa profit sedang turun.

Manajer memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan oportunistis yaitu tindakan seorang manajer dalam memilih kebijakan akuntansi mana yang lebih menguntungkan dirinya sendiri (Cahyadi & Noviari, 2018). Kebijakan akuntansi yang dimaksud salah satunya berbentuk *transfer pricing*. Dengan adanya *transfer pricing*, seorang manajer akan melakukan tindakan untuk memaksimalkan laba untuk menguntungkan dirinya sendiri dengan melalui bonus. Meskipun *transfer pricing* sudah diatur dalam peraturan perpajakan, namun apabila hal tersebut dilakukan diluar koridor kewajaran yang telah diatur, maka tindakan manajer yang memilih kebijakan akuntansi yang dapat menguntungkan dirinya sendiri tentu akan merugikan penerimaan negara terutama pajak.

Teori Akuntansi Positif menjadi landasan pada penelitian ini untuk mengetahui prosedur akuntansi yang akan dipilih manajer untuk memaksimalkan labanya dan mendapatkan bonus dari pemilik perusahaan. Adanya perbedaan

kepentingan antara manajer dengan pemegang saham mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. *Bonus plan hypothesis* adalah salah satu yang dipaparkan pada teori akuntansi positif. *Bonus plan hypothesis* merupakan hubungan antara bonus dan laba. Dengan adanya mekanisme bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan maka manajer akan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Sehingga adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. Lo et al. (2010) menjelaskan bahwa kecenderungan manajemen perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila bonus didasarkan pada perolehan laba. Kompensasi yang diberikan kepada manajer dilihat dari kinerjanya. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan, maka semakin baik citra manajer dimata pemilik perusahaan.

2.2. Kajian Variabel Penelitian

2.2.1. *Transfer Pricing*

Transfer pricing biasanya digunakan untuk kebijakan suatu entitas atau perusahaan dalam menentukan harga transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Meskipun istilah *transfer pricing* sebenarnya merupakan istilah netral, akan tetapi dalam kenyataannya *transfer pricing* sering kali diartikan untuk upaya memperkecil pajak yaitu dengan cara menggeser labanya ke perusahaan di negara lain yang memiliki hubungan istimewa dimana tarif pajak

perusahaan tersebut lebih rendah. Sehingga oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai manajemen pajak yang dipengaruhi oleh hubungan istimewa yang dilakukan tidak sesuai dengan peraturan perpajakan (Hidayat et al., 2019).

Definisi *transfer pricing* banyak sekali dikemukakan oleh para peneliti terdahulu. Seperti yang dikemukakan oleh Suandy (2017:77) mendefinisikan pengertian *transfer pricing* menjadi dua, yaitu pengertian yang bersifat netral dan pengertian yang bersifat peyoratif. Yang dimaksud pengertian *transfer pricing* bersifat netral adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa ada motif untuk mengurangi beban pajak. Sedangkan pengertian *transfer pricing* bersifat peyoratif adalah upaya untuk menghemat beban pajak dengan taktik, seperti menggeser laba ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah. *Transfer pricing* juga sering disebut *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional pricing*, atau *internal pricing*.

Halim Rachmat (2019) mengatakan bahwa *transfer pricing* adalah suatu rekayasa untuk memanipulasi harga secara sistematis yang bertujuan untuk mengurangi laba perusahaan dan membuat seolah-olah rugi dengan maksud untuk menghindari pajak di suatu negara. Ketika perusahaan merekayasa seolah-olah rugi, maka perusahaan tersebut dapat memanfaatkan tarif pajak di suatu negara dengan menggeser labanya ke tarif pajak yang lebih rendah.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup pada perusahaan multinasional, dimana harga yang telah ditentukan dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang harga tersebut

telah di sepakati. *Transfer pricing* merupakan transaksi barang dan jasa antar beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau dengan menurunkan (*mark down*), transaksi ini biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional yaitu perusahaan yang beroperasi di beberapa negara di bawah pengendalian satu pihak (Wafiroh & Hapsari, 2015).

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

Dari beberapa penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa *transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa yang ditransfer dari satu divisi ke divisi lain atau dari perusahaan satu ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi karena adanya hubungan istimewa antar divisi atau perusahaan.

Berdasarkan Undang-undang PPh Pasal 18 ayat (4) hubungan istimewa dianggap ada apabila wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain, wajib pajak yang menguasai wajib pajak lainnya yang berada dibawah penguasaan yang sama baik secara langsung maupun tidak langsung, dan adanya hubungan keluarga baik

sedarah ataupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau kesamping satu derajat (Pajakku.com, 2018).

Transfer pricing yang bersifat netral biasanya digunakan oleh perusahaan untuk mengukur profitabilitas anak perusahaan di luar negeri sesuai dengan peraturan perpajakan. Sedangkan *transfer pricing* yang bersifat peyoratif digunakan oleh perusahaan untuk memaksimalkan labanya (Jingna et al., 2011). Menurut Suandy (2017:79) *transfer pricing* berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit entitas atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai negara yang bertujuan untuk memaksimalkan penghasilan global, mengamankan posisi kompetitif anak perusahaan, mengevaluasi anak perusahaan di luar negeri, menghindarkan pengendalian devisa, mengurangi risiko moneter, mengatur arus kas anak perusahaan yang memadai dan mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk.

Menurut Matz dan Usry (Suandy, 2017), ada empat metode *transfer pricing* yang sering digunakan untuk melakukan aktivitas perusahaan multinasional dan divisionalisasi yaitu antara lain:

1. Penentuan harga transfer berdasarkan biaya (*cost basis transfer pricing*)

Metode ini digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan harga transfer atas biaya variabel dan tetap dalam tiga pemilihan bentuk, yaitu: biaya penuh (*full cost*), biaya penuh ditambah *mark up* (*full cost plus mark up*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap (*variable cost plus fixed fee*).

2. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar (*Market basis transfer pricing*)

Metode ini dianggap dapat mengukur kinerja divisi atau unit dalam perusahaan dan juga merefleksikan keuntungan setiap produk. Metode ini dianggap dapat mengukur kinerja divisi karena kemampuan dalam menghasilkan laba dan dapat bersaing antar divisi. Metode ini sebaiknya digunakan apabila produknya cukup bersaing dan bersifat independen. Kendala yang sering muncul pada metode ini yaitu adanya keterbatasan informasi pasar dalam menggunakan harga transfer berdasarkan harga pasar.

3. Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi (*The negotiated price*)

Pengendalian keuntungan dan pemberian otoritas kepada unit dalam satu grup secara memadai menghendaki adanya *transfer pricing* berdasarkan negosiasi, artinya kedudukan divisi-divisi tersebut berada dalam posisi tawar menawar (*bargaining position*) yang sama. Namun, negosiasi ini membutuhkan banyak waktu.

4. Penentuan harga transfer berdasarkan arbitrase (*Arbitration transfer pricing*)

Harga transfer pada metode ini berdasarkan interaksi antar divisi dan pada tingkat yang dianggap paling baik untuk kepentingan perusahaan tanpa adanya paksaan oleh salah satu divisi mengenai keputusan akhir. Metode ini mengesampingkan tujuan konsep pusat pertanggungjawaban laba.

Proksi yang digunakan untuk mengukur *transfer pricing* dalam perusahaan dijelaskan pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Pengukuran *Transfer Pricing*

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan
1.	Dummy (Hidayat et al., 2019) (Mispiyanti, 2015) (Halim Rachmat, 2019) (Cahyadi & Noviari, 2018) (Marfuah & Azizah, 2014) (Pratama Septiyani et al., 2018) (Anisyah, 2018)	1 = Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa. 0 = Perusahaan yang tidak melakukan penjualan hubungan istimewa
2.	RPT Penjualan (Susanti & Firmansyah, 2018)	$RPT = \frac{\text{Penjualan ke pihak berelasi}}{\text{Total penjualan}}$
3.	Piutang Pihak Berelasi (Sari & Mubarak, 2017), (Hartina, 2018) (Nuradila & Wibowo, 2018), (Wardani & Kurnia, 2018)	$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang pihak berelasi}}{\text{Total piutang}}$
4.	RPT assets and liabilities (Utama, 2015)	$RPTAL = \frac{RPT \text{ Aset} + RPT \text{ Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

Penelitian ini untuk mengukur *transfer pricing* menggunakan proksi *relative share of RPT assets and liabilities to book value of equity* (RPTAL) seperti pada penelitian Utama (2015) Pengukurannya dengan menambahkan jumlah aset yang terkait dengan RPT dan jumlah kewajiban yang terkait dengan RPT, kemudian

dibagi dengan total ekuitas. Alasan menggunakan proksi tersebut karena *transfer pricing* seringkali berkaitan dengan transaksi kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa, dan RPTAL ini merupakan salah satu bentuk transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa, RPTAL dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{RPTAL} = \frac{\text{RPT Aset} + \text{RPT Liabilitas}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \text{ (Utama, 2015)}$$

2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Transfer Pricing*

Transfer pricing merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa yang ditransfer dari satu divisi ke divisi lain atau ke anak perusahaan yang berada di negara lain dimana tarif pajaknya lebih rendah. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing*. Richardson et al. (2013) melakukan penelitian tentang faktor penentu *transfer pricing* dengan sampel perusahaan Australia. Faktor-faktor tersebut antara lain: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *intangible assets*. Perusahaan yang lebih besar biasanya lebih banyak terlibat dalam kegiatan bisnis dan transaksi keuangan daripada perusahaan yang lebih kecil sehingga akan memberikan peluang perusahaan untuk menghindari pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dapat melakukan *transfer pricing* untuk menekan beban pajak yang dibayarkan. Sedangkan perusahaan yang memiliki hutang maka akan selektif dalam membayar pajak dengan cara melakukan *transfer pricing* agar dapat menekan beban pajaknya. *Transfer pricing* dapat dilakukan dengan mentransfer aset tidak berwujud ke entitas grup karena aset tidak berwujud sulit untuk dinilai dan pembayaran royalti juga sulit dinilai pada harga wajar.

Marfuah & Azizah (2014) meneliti pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan. Dengan melalui *transfer pricing* perusahaan multinasional dapat menggeser kewajiban pajaknya ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah. Kondisi dimana kepemilikan asing pada suatu perusahaan cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*. Sedangkan *exchange rate* memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan mengungkapkan laba/rugi yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mispianiti (2015) menyebutkan faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Otoritas fiskal secara subyektif memandang tujuan dilakukan *transfer pricing* yaitu untuk menghindari pajak sehingga otoritas fiskal memfokuskan pada dua hal prinsipil yaitu hubungan istimewa dan kewajaran atau *arms's length principle*.

Noviastika et al. (2016) menjelaskan tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *good corporate governance* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Perusahaan multinasional melakukan perencanaan pajak dengan berbagai cara salah satunya dengan cara *transfer pricing*. Transaksi kepada pihak terkait lebih sering digunakan untuk tujuan transfer kekayaan dibandingkan dengan pembagian deviden. Apabila suatu perusahaan menerapkan *good corporate governance* yang baik, maka suatu perusahaan cenderung tidak akan melakukan manipulasi laba untuk kepentingan perpajakannya.

Suprianto & Pratiwi (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh beban pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 – 2016. Beban pajak merupakan pajak yang diperhitungkan dalam menentukan laba/rugi pada suatu periode. *Transfer pricing* lebih ditekankan terhadap adanya kepemilikan asing yang berkedudukan sebagai pemegang saham pengendali. Sedangkan ukuran perusahaan mengacu pada pengelompokan perusahaan kecil, menengah dan besar.

Sari & Mubarak (2017) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, pajak dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing*. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen untuk mengelola kekayaan perusahaan yang dapat menghasilkan laba. Debt covenant merupakan suatu perjanjian yang bertujuan untuk melindungi pemberi pinjaman atas tindakan yang dilakukan oleh manajer terhadap kepentingan kreditor.

Anisyah (2018) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu beban pajak, *intangible assets*, profitabilitas, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Beban pajak terdiri dari beban pajak kini dan beban pajak tangguhan. *Intangible assets* merupakan aktiva yang memiliki masa manfaat jangka panjang dan digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Profitabilitas diperlukan untuk memenuhi perubahan potensial sumber daya ekonomi untuk masa depan. *Tunneling incentive* adalah entitas yang memiliki saham sebesar 25% atau lebih sehingga dianggap memiliki pengaruh dalam mengendalikan perusahaan. Mekanisme bonus merupakan imbalan kerja yang jatuh tempo dalam 12 bulan.

Saifudin & Putri (2018) menjelaskan determinasi pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada emiten BEI. Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya akan semakin meningkat. Lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, maka akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang dapat merugikan perusahaan minoritas.

Nuradila & Wibowo (2018) meneliti hubungan antara *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* dengan keputusan *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai moderating. Merger dan akuisisi merupakan strategi pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* sehingga dapat merugikan pemegang saham minoritas. Adanya mekanisme bonus didukung dengan strategi meminimalkan beban pajak perusahaan maka akan mendorong manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan adanya hutang perusahaan dapat digunakan sebagai strategi manajer untuk mengurangi beban pajak dengan cara meningkatkan biaya bunga sehingga laba pada perusahaan dapat meningkat.

Susanti & Firmansyah (2018) menjelaskan faktor-faktor penentu keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur di Indonesia. Perbedaan tarif pajak di dua negara atau lebih yang ditanggung oleh perusahaan dengan kepemilikan yang sama maka akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* agar membayar pajak yang minimum dan mendapatkan laba yang maksimal. Faktor lain yang dapat memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling* yang disebabkan oleh kepemilikan pemegang saham mayoritas dan tata kelola

perusahaan yang rendah. Mekanisme bonus juga menjadi faktor pada perusahaan melakukan *transfer pricing* dimana manajer akan membenarkan segala cara salah satunya dengan melalui *transfer pricing*.

Pratama Septiyani et al. (2018) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* antara lain *tax minimization*, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus. Bagi perusahaan multinasional pajak merupakan beban bagi perusahaan sehingga perusahaan berusaha mengurangi pajak melalui perencanaan pajak salah satunya adalah *transfer pricing*. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula motivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing* karena biasanya perusahaan yang besar terlibat lebih banyak transaksi antar perusahaan.

Khotimah (2018) meneliti pengaruh beban pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada orang pribadi atau badan yang bersifat wajib sebagai pendapatan negara. *Tunneling incentive* memiliki indikator 20% atau lebih kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham yang berada di negara lain. Ukuran perusahaan dibagi menjadi perusahaan kecil dan besar, dimana perusahaan besar memiliki sistem manajemen yang lebih kompleks dan memiliki laba yang tinggi.

Wardani & Kurnia (2018) meneliti tentang pengaruh pajak, *leverage*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara subyektif otoritas pajak memandang adanya *transfer pricing* yaitu untuk menghindari pajak sehingga otoritas pajak akan lebih memperhatikan koreksi pajak atas dugaan *transfer pricing*.

Perusahaan akan memanfaatkan hutangnya untuk dapat meminimalkan beban pajaknya sehingga hal tersebut akan mengakibatkan dorongan untuk melakukan penghindaran pajak. Bonus merupakan salah satu motivasi bagi manajer perusahaan sehingga manajer sering berlomba-lomba untuk memperoleh bonus dari pemilik perusahaan.

Halim Rachmat (2019) melakukan penelitian tentang keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan dua faktor yaitu pajak dan mekanisme bonus. Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah pajak. Dengan meminimalisir beban pajak perusahaan melalui *transfer pricing* maka dapat meningkatkan laba perusahaan. Alasan kedua karena dengan melalui bonus seorang manajer dapat memperoleh tambahan gaji dari pemilik perusahaan dengan melihat tingkat laba bersih di perusahaan. Sehingga manajer dapat memanipulasi laba perusahaan untuk memaksimalkan bonus yang akan diperoleh.

Penelitian Hidayat et al. (2019) menyebutkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan, yaitu: pertama, pajak adalah peralihan kekayaan dari rakyat kepada kas negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin negara. Sedangkan yang kedua *tunneling incentive* merupakan insentif yang diperoleh dari pengalihan aset dan laba perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya.

Penulis akan meneliti beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel

moderating. Ringkasan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* pada penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Transfer Pricing*

No	Faktor yang Mempengaruhi	Sumber
1.	Beban Pajak	Suprianto & Pratiwi (2017), Khotimah (2018) Anisyah (2018), Marfuah & Azizah (2014), Mispianiti (2015), Noviasatika et al. (2016), Sari & Mubarak (2017), Cahyadi & Noviari (2018), Susanti & Firmansyah (2018), Wardani & Kurnia (2018), Hidayat et al. (2019), Halim Rachmat (2019)
2.	Mekanisme Bonus	Saifudin & Putri (2018), Susanti & Firmansyah (2018), Pratama Septiyani et al. (2018), Nuradila & Wibowo (2018), Anisyah (2018), Wardani & Kurnia (2018), Halim Rachmat (2019)
3.	<i>Tunneling Incentive</i>	Noviasatika et al. (2016), Suprianto & Pratiwi (2017), Saifudin & Putri (2018), Anisyah (2018), Khotimah (2018), Susanti & Firmansyah (2018), Pratama Septiyani et al. (2018) dan Hidayat et al. (2019)
4.	Profitabilitas	Richardson et al. (2013) Sari & Mubarak (2017), Cahyadi & Noviari (2018), Anisyah (2018)
5.	Ukuran Perusahaan	Richardson et al. (2013) Suprianto & Pratiwi (2017), Pratama Septiyani et al. (2018), Khotimah (2018)
6.	<i>Exchange Rate</i>	Marfuah & Azizah (2014), Cahyadi & Noviari (2018), Pratama Septiyani et al. (2018)
7.	<i>Leverage</i>	Richardson et al. (2013), Cahyadi & Noviari (2018), Wardani & Kurnia (2018)
8.	<i>Intangible Assets</i>	Richardson et al. (2013), Anisyah (2018)
9.	<i>Debt Covenant</i>	Sari & Mubarak (2017)
10.	Good Corporate Governance	Noviasatika et al. (2016)

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

2.2.3 Beban Pajak

Berdasarkan Undang-undang KUP Nomor 28 Tahun 2007, definisi pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum (*Pajak.go.id*).

PSAK Nomor 46 (2019) menjelaskan bahwa beban pajak adalah pajak yang dibebankan kepada wajib pajak orang pribadi atau badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai pendapatan negara. Beban pajak atau penghasilan pajak merupakan jumlah gabungan antara pajak kini dengan pajak tangguhan yang digunakan untuk menentukan laba/rugi pada periode tertentu. Pajak kini adalah jumlah pajak penghasilan yang terutang atas penghasilan kena pajak pada periode tertentu. Sedangkan pajak tangguhan adalah jumlah pajak penghasilan terutang untuk periode yang akan datang karena beda temporer kena pajak.

Setiap wajib pajak diwajibkan ikut berpartisipasi untuk mewujudkan tujuan negara yaitu pelaksanaan pembangunan negara. Akan tetapi, bagi wajib pajak tersebut, pajak merupakan salah satu beban karena akan mengurangi penghasilan mereka. Sehingga banyak masyarakat atau wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak. *Transfer pricing* menjadi strategi untuk melakukan penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan. Hal tersebut biasanya dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan menggeser labanya ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Suandy (2017:82) menjelaskan bahwa perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia yang memiliki anak atau cabang perusahaan di luar negeri atau perusahaan multinasional luar negeri yang memiliki anak atau cabang di Indonesia pada umumnya akan berusaha untuk melakukan *transfer pricing* yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dengan cara meminimalkan beban pajaknya, terutama pajak penghasilan badan (*corporation income tax*). Marfuah & Azizah (2014) menjelaskan bahwa, melalui *transfer pricing* perusahaan multinasional dapat

menggeser beban pajak yang harus dibayarkan ke anak perusahaan di negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

Proksi yang digunakan untuk mengukur beban pajak dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.3
Pengukuran Beban Pajak

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan
1.	ETR (Anisyah, 2018), (Marfuah & Azizah, 2014), (Mispiyanti, 2015)	$ETR = \frac{\text{Beban pajak} - \text{Beban pajak tangguhan}}{\text{Laba kena pajak}}$
2.	Current ETR (Noviastika et al., 2016) (Hidayat et al., 2019)	$\text{Cur ETR} = \frac{\text{Tax expense} - \text{Deffered tax expense}}{\text{Pretax income}}$
3.	GAAP ETR (Dyrenge et al., 2008) (Sari & Mubarok, 2017) (Alfandia, (2018)	$\text{GAAP ETR} = \frac{\text{Total Beban pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}}$

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

Penelitian ini mengukur beban pajak dengan proksi yang sama pada penelitian sebelumnya yaitu menggunakan proksi GAAP ETR. GAAP ETR adalah salah satu jenis *effective tax rate*. Perbedaan antara ETR dengan GAAP ETR adalah untuk menghitung ETR yaitu beban pajak dikurangi dengan beban pajak tangguhan dibagi dengan laba kena pajak, apabila beban pajak dikurangi dengan beban pajak tangguhan maka akan menjadi beban pajak kini (Anisyah, 2018). Sedangkan untuk mengukur GAAP ETR yaitu total beban pajak dibagi dengan laba sebelum kena

pajak, dimana total beban pajak ini merupakan penjumlahan dari beban pajak kini dan beban pajak tangguhan. Karena penelitian ini menggunakan variabel beban pajak, maka untuk mengukur variabel beban pajak menggunakan total beban pajaknya. Selain itu, alasan menggunakan GAAP ETR untuk mengetahui seberapa baik perusahaan tersebut dalam mengelola pajaknya. Semakin rendah nilai ETR maka akan semakin baik bagi perusahaan. Alfandia (2018) menyatakan bahwa pengukuran ETR dapat digunakan oleh pemilik perusahaan untuk mengetahui kepentingan manajer terkait dengan pengurangan beban pajak untuk tujuan akuntansi keuangan. GAAP *Effective tax rate* (ETR) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GAAP ETR = \frac{Total\ Beban\ pajak}{Laba\ sebelum\ pajak} \text{ (Alfandia, 2018)}$$

2.2.4. Mekanisme Bonus

Mispiyanti (2015) mendefinisikan mekanisme bonus adalah salah satu strategi atau motif dalam perhitungan akuntansi yang bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada manajer berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan. Para manajer tentunya ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan agar memperoleh penghargaan. Sedangkan mekanisme bonus menurut Wafiroh & Hapsari (2015) merupakan komponen perhitungan jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer yang dianggap mampu bekerja dengan baik setiap tahunnya dan juga ketika perusahaan memperoleh laba. Bonus yang diberikan ini merupakan pemberian imbalan diluar gaji para manajer yang dilihat berdasarkan prestasi kerjanya.

PSAK 24 Imbalan Kerja (2019) menjelaskan bahwa bonus merupakan imbalan kerja jangka pendek yang jatuh temponya hanya kurang dari 12 bulan. Pemberian bonus tersebut diberikan kepada manajer karena dianggap mempunyai kinerja yang baik atau ada peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. Sistem pemberian bonus akan memberikan pengaruh kepada manajer untuk merekayasa laba perusahaan. Manajer cenderung melakukan tindakan mengatur laba bersih perusahaan untuk memaksimalkan bonus yang diterima dengan cara *transfer pricing* (Nuradila & Wibowo, 2018). Sehingga strategi yang digunakan yaitu dengan cara meningkatkan laba bersih perusahaan secara keseluruhan dengan menggunakan perhitungan akuntansi.

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, mekanisme bonus dapat dipahami sebagai imbalan yang diberikan kepada direksi atau manajer karena telah memenuhi sasaran kinerja yang telah ditargetkan. Bonus yang diberikan berdasarkan atas laba bersih perusahaan atau karena kenaikan laba bersih.

Mengingat bahwa mekanisme bonus diberikan berdasarkan pada besarnya laba, sehingga logis apabila manajer akan memanipulasi laba perusahaan agar mendapatkan bonus yang maksimal. Lo et al. (2010) menjelaskan bahwa manajer lebih menyukai untuk meningkatkan laba dengan cara melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa apabila bonus didasarkan pada laporan laba. Pratama Septiyani et al. (2018) menyatakan bahwa bonus yang diperoleh manajer berdasarkan laba keseluruhan perusahaan, sehingga para direktur dan manajer akan bertindak terlihat hebat dalam memperoleh laba dengan cara *transfer pricing* dan juga dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

Proksi yang digunakan untuk mengukur mekanisme bonus dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.4
Pengukuran Mekanisme Bonus

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan
1.	Dummy (Mispdiyanti, 2015)	Nilai 1 = apabila perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus. Nilai 0 = apabila perusahaan tidak memberikan bonus.
2.	ITRENDLB (Nuradila & Wibowo, 2018), (Anisyah, 2018), (Wardani & Kurnia, 2018), (Halim Rachmat, 2019),	$ITRENDLB = \frac{Laba\ bersih\ tahun\ t}{Laba\ bersih\ tahun\ t - 1} \times 100\%$

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

Tidak semua komponen perhitungan bonus untuk manajer atau direksi digunakan pada penelitian karena ketidaktersediaan data pada *annual report* perusahaan yang menjadi objek penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan satu komponen yaitu indeks trend laba bersih (ITRENDLB). Alasan menggunakan proksi ini karena bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer dapat dilihat dari kenaikan laba bersih dari tahun sebelumnya ke tahun saat ini. Indeks trend laba bersih dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ITRENDLB = \frac{Laba\ bersih\ tahun\ t}{Laba\ bersih\ tahun\ t-1} \times 100\%$$

(Nuradila & Wibowo, 2018)

2.2.5. Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah kegiatan pemindahan aset dan laba perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas namun pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya (Hidayat et al., 2019). Suatu entitas yang menyertakan modalnya 20% atau lebih maka dianggap berpengaruh signifikan terhadap entitas lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung (PSAK Nomor 15). Investor yang menyertakan modalnya lebih dari 20% maka investor tersebut dianggap berpengaruh signifikan terhadap suatu perusahaan sehingga investor tersebut dapat dikatakan sebagai pemegang saham mayoritas.

Menurut Susanti & Firmansyah (2018) ketika pemegang saham mayoritas memiliki saham di perusahaan lain yang masih dalam satu grup, maka itu akan memicu adanya kegiatan *tunneling* dengan melalui mekanisme penetapan *transfer pricing* ke perusahaan yang masih dibawah naungannya yang bertujuan untuk menguntungkan pemegang saham mayoritas. Perusahaan tidak keberatan untuk mentransfer labanya tersebut ke perusahaan lain yang masih sama dalam satu grup pada tingkat harga yang lebih rendah dari pada harga wajarnya.

Mutamimah (2009) mengatakan bahwa struktur kepemilikan dibagi menjadi dua, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi serta dapat terjadi *tunneling* oleh pemegang saham mayoritas terhadap pemegang saham minoritas dengan melalui merger dan akuisisi. Perusahaan di Indonesia atau di negara berkembang lainnya cenderung memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi dimana struktur kepemilikan terkonsentrasi tersebut didominasi oleh

keluarganya sendiri sehingga memicu timbulnya konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas.

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan aset dan profit perusahaan yang di transfer ke perusahaan lain untuk kepentingan pemegang saham pengendali. *Tunneling* dapat dilakukan dengan menjual produk ke perusahaan lain yang masih dalam satu grup dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga pasarnya dan mempertahankan jabatannya meskipun sudah tidak berkompeten lagi (Wafiroh & Hapsari, 2015).

Dari beberapa uraian diatas, dapat dipahami bahwa *tunneling incentive* merupakan kegiatan pemindahan aset dan laba perusahaan oleh pemegang saham mayoritas yang di transfer ke perusahaan lain yang memiliki hubungan afiliasi, sehingga memberikan dampak kepada pemegang saham minoritas yang merasa dirugikan. Karena dengan diadakannya *tunneling* oleh pemegang saham mayoritas, maka tidak diadakan pembagian deviden sehingga pemegang saham minoritas merasa dirugikan.

Suatu perusahaan yang kepemilikannya terpusat hanya pada satu pihak maka akan melakukan *tunneling* dengan melalui *transfer pricing*. Ketika pemilik saham mempunyai kepemilikan saham yang besar, mereka juga ingin mendapatkan deviden yang besar pula. Sehingga ketika deviden harus dibagi juga dengan pemegang saham lainnya atau pemegang saham minoritas, maka pemegang saham mayoritas akan mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingan dirinya sendiri daripada membagi deviden kepada pemegang saham minoritas. Semakin tinggi kepemilikan pemegang saham, maka akan semakin memicu perusahaan

tersebut untuk melakukan *transfer pricing*. Tujuan pemegang saham mayoritas melakukan kegiatan *tunneling* yaitu untuk mengalihkan asetnya sementara ke anak perusahaan atau cabang untuk menekan beban-beban yang dapat mengurangi laba perusahaan dengan cara *transfer pricing* (Marfuah & Azizah, 2014).

Proksi yang digunakan untuk mengukur *tunneling incentive* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.5
Pengukuran Tunneling Incentive

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan
1.	Berdasarkan besarnya kepemilikan saham asing yang melebihi 20% (Mispiyanti, 2015), (Noviastika et al., 2016)	Entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung apabila menyertakan modal 20% atau lebih.
2.	Tunneling (Hidayat et al., 2019)	$Tun = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$
3.	Kepemilikan asing (Pratama Septiyani et al., 2018)	$\text{Kepemilikan asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham asing}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

Pada penelitian ini *tunneling incentive* digambarkan dengan proksi sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham asing}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

(Pratama Septiyani et al., 2018)

Pengukuran ini dipilih karena untuk menggambarkan *tunneling* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas. Apabila kepemilikan saham asing

disuatu perusahaan lebih tinggi, maka pemegang saham mayoritas akan dikuasai oleh pemegang saham asing sehingga pemegang saham mayoritas akan semakin tinggi melakukan *tunneling* ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

2.2.6. Profitabilitas

Sari & Mubarak (2017) menjelaskan profitabilitas sebagai suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan dengan menghasilkan laba yang tinggi. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara laba yang diperoleh perusahaan dengan jumlah aset perusahaan pada periode tertentu. Profitabilitas ini diukur dengan melihat kesuksesan dan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola aset perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada suatu periode tertentu (Cahyadi & Noviari, 2018). Perusahaan yang memiliki keuntungan lebih akan cenderung terlibat dalam transaksi penghindaran pajak salah satunya *transfer pricing*. Transaksi *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan untuk menunjang kinerja operasional perusahaan untuk menguntungkan para pemegang saham. Dengan melakukan transaksi *transfer pricing*, perusahaan dapat menyesuaikan harga transfer yang dilakukan kepada antar divisi perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Richardson et al., 2013).

Pengertian profitabilitas dapat dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) selama periode tertentu. Bagi perusahaan yang memperoleh laba tinggi, maka perusahaan juga harus membayar pajak yang tinggi pula. Karena besarnya laba yang diperoleh perusahaan merupakan ukuran

untuk membayar beban pajak perusahaan, sedangkan perusahaan yang mengalami rugi tidak dikenai pajak. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam transaksi *transfer pricing*.

Jenis-jenis pengukuran yang digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*:

Tabel 2.6
Pengukuran Profitabilitas

No	Metode Pengukuran	Cara Perhitungan
1.	Return on Assets (ROA) (Anisyah, 2018) (Cahyadi & Noviari, 2018)	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$
2.	Return on Equity (ROE) (Khasanah, 2015)	$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$

Sumber: Penelitian terdahulu, 2020

Proksi yang digunakan untuk mengukur profitabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan ROE atau *return on equity*. Alasan menggunakan pengukuran ini karena ROE dianggap dapat menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba atas modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. Selain itu, karena semakin tinggi modal yang ditanamkan oleh pemegang saham, maka akan semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas lebih tinggi maka akan membayar pajak yang tinggi pula. Sedangkan perusahaan juga ingin menikmati laba yang diperoleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, maka akan cenderung untuk

melakukan *transfer pricing* dengan cara menggeser labanya ke perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah agar pajak yang dibayarkan rendah.

2.3. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* sudah banyak dikaji pada penelitian terdahulu. Seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah penelitian, pada penelitian terdahulu masih terdapat inkonsisten hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau *research gap*. Penulis akan menguraikan penelitian terdahulu yang relevan dan yang berhubungan dengan masalah pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Lo et al. (2010) meneliti tentang pajak, pelaporan keuangan dan *tunneling incentive* terhadap keputusan penetapan *transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar di Cina. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Cina tahun 2004 kecuali perusahaan keuangan dan perusahaan utilitas. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria khusus yang telah ditentukan dan diperoleh sampel sebanyak 283 unit analisis. Data yang digunakan diperoleh dari laporan tahunan perusahaan. Hasil pengujian menjelaskan bahwa variabel pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Pelaporan keuangan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Terakhir, *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Richardson et al. (2013) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor penentu utama dari *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan dengan tujuan

untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan. Variabel yang digunakan untuk mempengaruhi *transfer pricing* antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, aktiva tidak berwujud dan *multinationality*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Australia pada tahun 2009. Terdapat 183 perusahaan memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Penelitian menggunakan model regresi dari *ordinary least squares* (OLS). Diketahui hasil dari penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, aktiva tidak berwujud dan *multinationality* secara signifikan berpengaruh positif terhadap praktik *transfer pricing*. Penelitian ini menambahkan hasil regresi menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan meningkatkan agresivitas *transfer pricing* dengan melalui aktiva tidak berwujud dan *multinationality*.

Alino & Lane (2015) mengkaji tentang pengaruh perpajakan, *exchange rate*, dan kebijakan *transfer pricing*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan terhadap manajer perusahaan multinasional serta regulator tentang *transfer pricing* perusahaan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah perpajakan dan peraturan transaksi internasional berpengaruh terhadap kebijakan *transfer pricing* perusahaan. Variabel *exchange rate* juga berpengaruh terhadap kebijakan *transfer pricing*.

Hartati et al. (2015) meneliti tentang *tax minimization*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 kecuali perusahaan yang termasuk dalam sektor keuangan. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi logistik dengan SPSS Versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tax*

minimization, tunneling incentive, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini mendukung hipotesis pada penelitian ini dimana variabel independen pada penelitian ini dapat memicu perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.

Suprianto & Pratiwi (2017) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh beban pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan berasal dari laporan keuangan tahunan yang telah diaudit. Penelitian ini mengambil laporan keuangan pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2016. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 14 perusahaan dengan 56 unit analisis dengan pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Hasil menunjukkan bahwa beban pajak berpengaruh positif signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap praktik *transfer pricing*.

Agana et al. (2018) melakukan penelitian tentang *transfer pricing* secara internasional dan pergeseran laba perusahaan di negara berkembang. Penelitian ini menggunakan sampel 18 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Ghana dengan mengambil 9 periode dari tahun 2008 sampai 2016. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menyelidiki apakah perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mengalihkan labanya ke luar negeri. Hasil pada penelitian ini menunjukkan profitabilitas dan dividen berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Susanti & Firmansyah (2018) mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur Indonesia. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama lima tahun yaitu dari tahun 2011 sampai 2015. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan mendapatkan jumlah sampel 50 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban pajak dan *tunneling* berhubungan negatif dengan keputusan *transfer pricing*, sementara bonus tidak berpengaruh dengan keputusan *transfer pricing*.

Pratama Septiyani et al. (2018) mengkaji tentang pengaruh minimalisasi pajak, ukuran perusahaan, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan *exchange rate* pada keputusan *transfer pricing* di perusahaan multinasional yang bergerak di bidang manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015 dan 2016. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan di bidang manufaktur yang terdaftar di BEI dalam jangka waktu dua tahun yaitu 2015 dan 2016. Perusahaan yang termasuk dalam sub sektor manufaktur ada 144 perusahaan namun hanya ada 23 perusahaan yang memenuhi kriteria. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan 8 kriteria yang ditentukan. Penelitian ini memperoleh hasil dengan minimalisasi pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, mekanisme bonus, dan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Saifudin & Putri (2018) melakukan penelitian tentang determinasi pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan yang listing di Bursa Efek

Indonesia kecuali di bidang keuangan periode tahun 2012 sampai 2015 dengan sampel akhir sebanyak 140. Hasil penelitian tersebut menghasilkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Akan tetapi, mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Anisyah (2018) meneliti pengaruh beban pajak, *intangible assets*, profitabilitas, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 sampai 2016. Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa beban pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan *intangible asset* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Wardani & Kurnia (2018) mengkaji pengaruh pajak, *leverage*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 sampai dengan 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Halim Rachmat (2019) mengkaji hubungan antara pajak, mekanisme bonus dan *transfer pricing*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan mengambil 5 periode dari tahun 2013 sampai tahun 2017 dengan 142 perusahaan. Dari 142 perusahaan yang diambil untuk menjadi sampel hanya 23 perusahaan karena sisanya tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pajak

berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Tabel 2.7 merupakan ringkasan dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas.

Tabel 2.7 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian (Nama Penelitian & Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies.</i> (Agnes W.Y. Lo, Raymond M.K. Wong, and Michael Firth, 2010)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Pajak, Pelaporan Keuangan, dan <i>Tunneling Incentive</i>	Pajak berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> . Pelaporan keuangan berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
2.	<i>Determinants Of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms</i> (Grant Richardson, Grantley Taylor, Roman Lanis, 2013)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Aset Tidak Berwujud, <i>Multinasionalitas</i>	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , aset tidak berwujud, dan <i>multinationality</i> secara signifikan berpengaruh positif terhadap agresivitas <i>transfer pricing</i> .
3.	<i>A Conceptual Model of the Effect of Taxation, Exchange Rate, and Regulations on the Transfer Pricing Behavior of</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan <i>exchange rate</i> berpengaruh terhadap kebijakan <i>transfer pricing</i> .

	<i>Multinational Firm Managers</i> (Alino & Lane, 2015)	Variabel Independen: Pajak dan Exchange Rate	
4.	<i>Tax Minimization, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing</i> seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia (Hartati et al., 2015)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: <i>Tax Minimization, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus</i>	<i>Tax minimization, tunneling incentive</i> dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
5.	Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013 – 2016 (Dicky Suprianto, Raisa Pratiwi, 2017)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Beban Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan	Beban pajak berpengaruh positif signifikan terhadap praktik <i>transfer pricing</i> . Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap praktik <i>transfer pricing</i> . Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap praktik <i>transfer pricing</i> .
6.	<i>International Transfer Pricing and Income Shifting in Developing Countries: Evidence from Ghana</i> (Joseph Akadeagre Agana, Abu-Khanifa Mohammed and Stephen Zamore, 2018)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Profitabilitas, Dividen, dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas dan deviden berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan kemampuan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
7.	<i>Determinants Of Transfer Pricing Decisions In Indonesia Manufacturing</i>	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Beban pajak dan <i>tunneling</i> berhubungan negatif dengan keputusan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan bonus tidak

	<i>Companies</i> (Anisa Susanti and Amrie Firmansyah, 2018)	Variabel Independen: Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus	berpengaruh dengan keputusan <i>transfer pricing</i> .
8.	<i>Some Factors That Affect Transfer Pricing Decision</i> (Resa Pide Pratama Septiyani, Wita Ramadhani, dan Yudha Aryo Sudiby, 2018)	Variabel Independen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Minimalisasi Pajak, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Mekanisme Bonus, dan <i>Exchange Rate</i>	Minimalisasi pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan ukuran perusahaan, kepemilikan asing, mekanisme bonus, dan <i>exchange rate</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
9.	Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada Emiten BEI (Saifudin & Putri, 2018)	Variabel Independen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i>	Pajak tidak berpengaruh pada keputusan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> . Mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> . <i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh pada keputusan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> .
10.	Pengaruh Beban Pajak, <i>Intangible Assets</i> , Profitabilitas, <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Anisyah, 2018)	Variabel Independen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Beban Pajak, <i>Intangible Assets</i> , Profitabilitas, <i>Tunneling</i>	Beban pajak, profitabilitas, dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . <i>Intangible assets</i> dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .

		<i>Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus	
11.	Pengaruh Pajak, <i>Leverage</i> , dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Wardani & Kurnia, 2018)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Pajak, <i>Leverage</i> , Mekanisme Bonus	Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
12.	Pajak, Mekanisme Bonus dan <i>Transfer Pricing</i> (Radhi Abdul Halim Rachmat ,2019)	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: Pajak dan Mekanisme Bonus	Pajak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .

Sumber : Penelitian terdahulu, 2020

2.4. Kerangka Berpikir

2.4.1. Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada orang pribadi atau badan yang bertujuan sebagai sektor pendapatan negara (Anisyah, 2018). Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pula pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan. Semakin tinggi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan, maka laba yang diperoleh perusahaan tentunya akan semakin berkurang sehingga hal tersebut membuat manajer perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak salah satunya adalah *transfer pricing*.

Motivasi pajak dalam *transfer pricing* pada perusahaan dilakukan dengan cara memindahkan kewajiban perpajakannya ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, dimana perusahaan tersebut memiliki anak atau cabang di negara tersebut

(Halim Rachmat, 2019). Perusahaan multinasional yang melakukan bisnis ekspor dan impor akan menghadapi masalah perbedaan tarif pajak. Sehingga perusahaan yang berada di negara kurang maju akan mengenakan tarif pajak yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan negara-negara yang sudah maju (Marfuah & Azizah, 2014). Perusahaan multinasional yang berada di negara tarif pajak tinggi akan menggeser labanya ke negara yang memiliki tarif pajak rendah. Hal tersebut bertujuan untuk menekan beban pajak yang harus dibayarkan. Besarnya beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan, maka upaya perusahaan untuk meminimalkan pajaknya akan semakin tinggi. Semakin tinggi upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajaknya, maka semakin tinggi pula dorongan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Upaya tersebut dilakukan manajer perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan laba yang diperoleh.

Teori agensi pada studi akuntansi biasanya berfokus pada hubungan antara manajer dengan perusahaannya, tetapi pada penelitian Booth & Schulz (2004) menyatakan bahwa wajib pajak juga dapat dilihat sebagai agen. Hal tersebut diperkuat oleh Reinganum & Wilde (1985) yang menyebutkan bahwa hubungan antara agen dan *principal* terjadi antara wajib pajak dan fiskus. Peran wajib pajak (agen) adalah melaporkan dan membayarkan pajaknya ke pemerintah, sedangkan peras fiskus (*principal*) adalah memungut pajak. Wajib pajak tentunya ingin mendapatkan laba yang tinggi dengan cara meminimalisir beban pajak yang harus dibayar dengan melalui *transfer pricing*. Sedangkan fiskus menginginkan pendapatan pajak yang maksimal dengan menghitung pajak penghasilan perusahaan sesuai dengan peraturan undang-undang yang telah ditetapkan.

Semakin tinggi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka semakin tinggi motivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan dapat meminimalisir beban pajak yang dibayar dan laba yang diperoleh tetap maksimal.

Penelitian ini didukung oleh Alino & Lane (2015), Suprianto & Pratiwi (2017), Anisyah (2018), dan Halim Rachmat (2019) yang hasilnya menunjukkan bahwa beban pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Hasil tersebut memberikan bukti bahwa semakin tinggi beban pajak yang dibayarkan suatu perusahaan maka semakin tinggi pula dorongan perusahaan yang berorientasi pada laba untuk meminimalkan beban pajaknya salah satunya dengan cara *transfer pricing*.

Adanya perbedaan tarif pajak di berbagai negara mengakibatkan perusahaan multinasional cenderung memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memindahkan laba perusahaan ke anak perusahaan atau cabang yang berada di negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah sehingga dapat memperkecil beban pajak yang harus dibayarkan dan keuntungan atau laba yang diperoleh tetap maksimal. Hal ini membuktikan adanya hubungan antara pengaruh beban pajak dengan *transfer pricing*.

2.4.2. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Salah satu cara manajer untuk mendapatkan bonus dari pemilik perusahaan yaitu dengan memaksimalkan laba. Bonus merupakan kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada manajer perusahaan atas keberhasilan yang telah ditargetkan perusahaan (Halim Rachmat, 2019). Ketika bonus didasarkan pada perolehan laba, maka manajer dapat memanipulasi laba perusahaan untuk

memaksimalkan bonus. Karena semakin tinggi laba perusahaan yang diperoleh, maka semakin tinggi apresiasi yang akan diberikan oleh manajer dari pemilik perusahaan.

PSAK 24 Imbalan Kerja (2019) menjelaskan bahwa bonus merupakan imbalan kerja jangka pendek yang jatuh temponya hanya kurang dari 12 bulan. Pemberian bonus tersebut diberikan kepada manajer karena dianggap mempunyai kinerja yang baik atau ada peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. Pemilik perusahaan atau pemegang saham memberikan bonus kepada manajer tentunya dilihat dari kinerja manajer dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan sebagai penilaian kinerja manajer.

Mekanisme bonus merupakan cara paling populer yang digunakan pemilik perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada manajer. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka apresiasi yang diberikan kepada manajer juga semakin tinggi. Sehingga logis apabila bonus yang diberikan berdasarkan kenaikan laba, manajer akan memanipulasi laba perusahaan untuk memperoleh bonus yang maksimal (Mispiyanti, 2015).

Sistem pemberian bonus akan memberikan pengaruh kepada manajer untuk merekayasa laba perusahaan. Manajer cenderung melakukan tindakan mengatur laba bersih perusahaan untuk memaksimalkan bonus yang diterima dengan cara *transfer pricing* (Nuradila & Wibowo, 2018). Sehingga strategi yang digunakan yaitu dengan cara meningkatkan laba bersih perusahaan secara keseluruhan dengan menggunakan perhitungan akuntansi.

Bonus plan hypothesis adalah salah satu yang dipaparkan pada teori akuntansi positif. *Bonus plan hypothesis* merupakan hubungan antara bonus dan laba. Dengan adanya mekanisme bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan maka manajer akan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Sehingga adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. Lo et al. (2010) menjelaskan bahwa kecenderungan manajemen perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila bonus didasarkan pada perolehan laba. Kompensasi yang diberikan kepada manajer dilihat dari kinerjanya. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan, maka semakin baik citra manajer dimata pemilik perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa apabila perusahaan menerapkan mekanisme bonus yang didapatkan berdasarkan pencapaian laba, maka akan mempengaruhi manajer untuk bertindak meningkatkan laba salah satunya dengan memanfaatkan *transfer pricing*. Penelitian ini didukung oleh Hartati et al. (2015), Saifudin & Putri (2018), dan Halim Rachmat (2019) bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Pemberian bonus merupakan strategi untuk meningkatkan motivasi manajemen dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh manajer untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan menaikkan

laba perusahaan. *Bonus plan hypothesis* pada teori akuntansi positif dapat menjelaskan bagaimana para manajer perusahaan dengan mekanisme bonus akan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Sehingga para manajer cenderung memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila bonus diberikan berdasarkan pada laba perusahaan. Hal ini membuktikan adanya hubungan antara pengaruh mekanisme bonus dengan keputusan *transfer pricing* perusahaan.

2.4.3. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling merupakan perilaku pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan untuk kepentingan sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya (Hartati et al., 2015). Dengan adanya *tunneling* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka tidak dilakukan pembagian deviden sehingga pemegang saham minoritas kurang diuntungkan.

Teori agensi muncul karena adanya perbedaan informasi dari pihak manajer dengan pemegang saham, dimana manajer memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan daripada pemegang saham. Adanya pemberian wewenang dari *principal* kepada agen akan menimbulkan masalah perbedaan informasi antara *principal* sebagai pemegang saham dan agen sebagai pengelola perusahaan. Akan tetapi ketika struktur kepemilikan terkonsentrasi atau satu pihak memiliki pengendalian di perusahaan, maka masalah keagenan yang terjadi akan berbeda yaitu dari masalah manajer dengan pemegang saham menjadi masalah antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Pemegang saham

mayoritas mempunyai informasi yang lebih banyak tentang perusahaan karena yang langsung mengelola perusahaan tersebut apabila dibandingkan dengan pemegang saham minoritas. Sehingga pemegang saham mayoritas memiliki kesempatan untuk memindahkan kekayaan perusahaan berupa aset dan laba perusahaan untuk kepentingan dirinya sendiri. Sedangkan pemegang saham minoritas menginginkan keuntungan atau laba perusahaan yang tinggi.

Marfuah & Azizah (2014) menjelaskan bahwa transaksi kepada pihak terkait lebih umum digunakan untuk mentransfer kekayaan daripada pembayaran deviden. Pemegang saham mayoritas melakukan kegiatan *tunneling* untuk mengalihkan asetnya sementara ke anak perusahaan atau cabang melalui *transfer pricing* dengan tujuan supaya dapat menekan beban-beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Semakin sering kegiatan *tunneling* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka kegiatan pengalihan melalui *transfer pricing* juga akan meningkat. Apabila pemilik saham memiliki kepemilikan yang tinggi, maka mereka juga ingin mendapatkan deviden yang tinggi pula. Sehingga ketika deviden harus dibagi kepada pemegang saham minoritas, maka pemegang saham mayoritas cenderung untuk melakukan *transfer pricing* dengan mentransfer kekayaan perusahaan untuk digunakan sendiri daripada harus membagi deviden kepada pemegang saham minoritas (Hartati et al., 2015).

Penelitian ini didukung oleh Lo et al. (2010), Hartati et al. (2015), dan Anisyah (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap indikasi melakukan transaksi *transfer*

pricing. Semakin tinggi kepemilikan pemegang saham mayoritas, maka akan semakin tinggi pemegang saham mayoritas untuk melakukan *transfer pricing*.

Semakin tinggi hak kendali yang dimiliki oleh pemegang saham mayoritas asing, maka pemegang saham mayoritas cenderung melakukan transaksi kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa yang dapat merugikan pemegang saham minoritas namun memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri. Sedangkan perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan deviden kepada pemegang saham minoritas. Perusahaan yang memiliki kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak cenderung akan melakukan *tunneling* di dalam perusahaan dengan melalui transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* dapat dilakukan dengan melalui penjualan antar perusahaan afiliasi. Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi *tunneling incentive* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka semakin tinggi perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

2.4.4. Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Beban Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada orang pribadi atau badan yang bertujuan sebagai sektor pendapatan negara (Anisyah, 2018). Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pula pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan. Semakin tinggi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan, maka laba yang diperoleh perusahaan tentunya akan semakin berkurang sehingga hal tersebut membuat manajer perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak salah satunya adalah *transfer pricing*. Motivasi pajak dalam

melakukan *transfer pricing* pada perusahaan dilakukan dengan cara memindahkan kewajiban perpajakannya ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, dimana perusahaan tersebut memiliki anak atau cabang di negara tersebut (Halim Rachmat, 2019).

Teori agensi pada studi akuntansi biasanya berfokus pada hubungan antara manajer dengan perusahaannya, tetapi pada penelitian Booth & Schulz (2004) menyatakan bahwa wajib pajak juga dapat dilihat sebagai agen. Hal tersebut diperkuat oleh Reinganum & Wilde (1985) yang menyebutkan bahwa hubungan antara agen dan *principal* terjadi antara wajib pajak dan fiskus. Peran wajib pajak (agen) adalah melaporkan dan membayarkan pajaknya ke pemerintah, sedangkan peras fiskus (*principal*) adalah memungut pajak. Wajib pajak tentunya ingin mendapatkan laba yang tinggi dengan cara meminimalisir beban pajak yang harus dibayar dengan melalui *transfer pricing*. Sedangkan fiskus menginginkan pendapatan pajak yang maksimal dengan menghitung pajak penghasilan perusahaan sesuai dengan peraturan undang-undang yang telah ditetapkan. Semakin tinggi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka semakin tinggi motivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan dapat meminimalisir beban pajak yang dibayar dan laba yang diperoleh tetap maksimal.

Perusahaan sebagai suatu entitas yang bertujuan mencari keuntungan menganggap pajak sebagai beban yang harus dibayarkan sehingga akan mengurangi laba yang diperoleh, terlebih lagi pajak bersifat wajib. Sehingga hal tersebut memotivasi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak dengan cara *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan salah satu cara penghindaran pajak

kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa. Perusahaan dapat menggeser labanya ke negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah, dimana perusahaan tersebut masih ada keterkaitan atau hubungan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Alino & Lane (2015) Suprianto & Pratiwi (2017), Anisyah (2018), dan Halim Rachmat (2019) yang hasilnya menunjukkan bahwa beban pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin tinggi beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula motivasi perusahaan untuk melakukan keputusan *transer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa ada variabel lain yang turut memoderasi pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.

Profitabilitas diduga ikut berperan dalam pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing*. Devi & Dewi (2019) menggambarkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu dengan tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Ketika laba yang diperoleh perusahaan tinggi, maka beban pajak penghasilan juga akan meningkat sesuai dengan peningkatan laba pada perusahaan. Seorang manajer akan meminimalkan beban pajak perusahaan dengan memanipulasi laporan keuangannya agar laba yang diperoleh lebih rendah dari yang sebenarnya. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi adalah dengan menggeser laba perusahaan tersebut ke perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah. Perusahaan akan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang tidak wajar.

Hal tersebut mencerminkan peran profitabilitas yang dapat memoderasi pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin tinggi beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan, maka semakin tinggi dorongan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Ditambah dengan tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka akan semakin tinggi beban pajak yang harus dibayar perusahaan sehingga dorongan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga semakin tinggi.

2.4.5. Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Untuk mendapatkan bonus dari pemilik perusahaan, manajer akan berusaha untuk meningkatkan laba perusahaan dengan melakukan *transfer pricing*. Mekanisme bonus memotivasi manajer untuk menggeser laba dari periode yang akan datang ke periode saat ini. Hal ini didukung oleh Hartati et al. (2015) yang menjelaskan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi akuntansi yang bertujuan untuk memaksimalkan bonus oleh manajer dengan cara meningkatkan laba perusahaan periode berjalan. Semakin tinggi laba perusahaan yang diperoleh maka semakin baik citra manajer dimata pemilik perusahaan.

Bonus plan hypothesis adalah salah satu yang dipaparkan pada teori akuntansi positif. *Bonus plan hypothesis* merupakan hubungan antara bonus dan laba. Dengan adanya mekanisme bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan maka manajer akan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang

dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Sehingga adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer untuk melakukan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus yang maksimal. Lo et al. (2010) menjelaskan bahwa kecenderungan manajemen perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila bonus didasarkan pada perolehan laba. Kompensasi yang diberikan kepada manajer dilihat dari kinerjanya.

Pemberian bonus kepada manajer diharapkan dapat mendorong para manajer untuk meningkatkan kinerjanya dan kinerja perusahaan. Manajer akan berusaha meningkatkan laba perusahaan untuk memaksimalkan bonus dengan cara *transfer pricing*. Penelitian ini didukung oleh Hartati et al. (2015), Saifudin & Putri (2018) dan Halim Rachmat (2019) bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan adanya variabel lain yang turut memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.

Profitabilitas diduga ikut berperan pada pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Profitabilitas menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba. Pemberian bonus dari pemilik perusahaan kepada manajer apabila mampu mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan. Apabila manajer mampu mencapai laba yang telah ditentukan, maka sebagai imbalan untuk manajer akan diberikan bonus dari pemilik perusahaan. Manajer akan berusaha meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan melakukan *transfer pricing*.

Hal tersebut mencerminkan peran profitabilitas yang dapat memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Semakin tinggi manajer ingin memperoleh bonus dari pemilik perusahaan, maka semakin tinggi motivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Ditambah dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, maka bonus yang akan diberikan kepada manajer akan semakin tinggi, sehingga motivasi manajer akan semakin tinggi untuk melakukan *transfer pricing*.

2.4.6. Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap

Keputusan *Transfer Pricing*

Tunnelling incentive merupakan struktur kepemilikan yang menyebabkan timbulnya konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas (Hartati et al., 2015). *Transfer pricing* dapat dimanfaatkan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*. *Transfer pricing* dapat berupa penjualan atau pembelian kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa yang bertujuan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan dengan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas.

Teori agensi muncul karena adanya perbedaan informasi dari pihak manajer dengan pemegang saham, dimana manajer memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan dari pada pemegang saham. Adanya pemberian wewenang dari *principal* kepada agen akan menimbulkan masalah perbedaan informasi antara pemegang saham dengan manajer. Akan tetapi ketika struktur kepemilikan terkonsentrasi atau satu pihak memiliki pengendalian di perusahaan, maka masalah keagenan yang muncul akan berbeda yaitu dari masalah manajer dengan pemegang saham menjadi masalah antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang

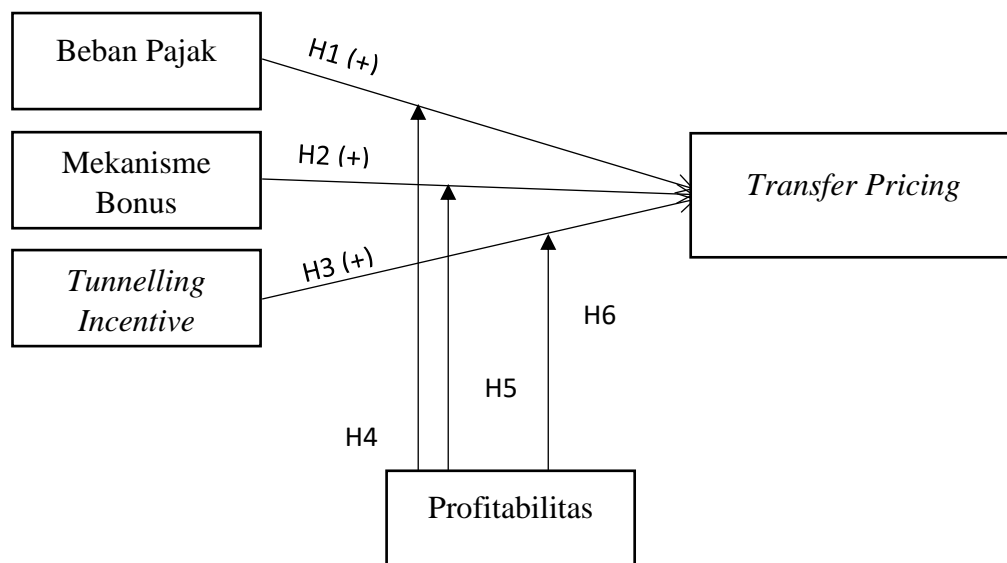
saham minoritas. Pemegang saham mayoritas mempunyai informasi yang lebih banyak tentang perusahaan karena yang langsung mengelola perusahaan tersebut apabila dibandingkan dengan pemegang saham minoritas. Sehingga pemegang saham mayoritas memiliki kesempatan untuk memindahkan kekayaan perusahaan berupa aset dan laba perusahaan untuk kepentingan dirinya sendiri. Sedangkan pemegang saham minoritas menginginkan keuntungan atau laba perusahaan yang tinggi.

Wafiroh & Hapsari (2015) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak cenderung terjadi *tunneling* di dalamnya. Artinya, tujuan dilakukannya *transfer pricing* yaitu untuk melakukan *tunneling* kepada pemegang saham mayoritas sehingga pemegang saham minoritas akan dirugikan. Dengan diadakannya *tunneling* oleh pemegang saham mayoritas maka tidak dilakukan pembagian deviden sehingga hal tersebut yang membuat kerugian bagi pihak pemegang saham minoritas (Marfuah & Azizah, 2014). Transaksi kepada pihak berelasi dimanfaatkan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*.

Semakin tinggi *tunneling incentive* perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, maka semakin tinggi juga keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini didukung oleh Lo et al. (2010), Hartati et al. (2015), dan Anisyah (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap indikasi melakukan transaksi *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan adanya variabel lain yang turut memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

Variabel profitabilitas diduga ikut berperan pada pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan dengan menghasilkan laba yang tinggi (Sari & Mubarak, 2017). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi berarti laba yang dihasilkan perusahaan tinggi. Sehingga pemegang saham mayoritas akan semakin tinggi untuk melakukan kegiatan *tunneling* yang bertujuan untuk mengalihkan aset atau laba perusahaan ke anak perusahaan dengan cara *transfer pricing* supaya dapat menekan beban-beban yang dapat mengurangi laba tersebut. Semakin tinggi hak kendali yang dimiliki oleh pemegang saham mayoritas asing, mengakibatkan pemegang saham mayoritas cenderung melakukan transaksi kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa yang dapat merugikan pemegang saham minoritas namun memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri. Sedangkan perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan deviden kepada pemegang saham minoritas. Perusahaan yang memiliki kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak cenderung akan melakukan *tunneling* di dalam perusahaan dengan melalui transaksi *transfer pricing*. Ditambah dengan tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka akan semakin tinggi *tunneling incentive* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, sehingga semakin tinggi perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Berdasarkan variabel penelitian, paparan kerangka berfikir, serta hipotesis yang telah disusun, Gambar 2.1 menyajikan model penelitian empiris secara sederhana dari kerangka berfikir dan proses pembentukan hipotesis yang hendak diuji pada penelitian ini.



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2020

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini berdasarkan rumusan masalah dan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya antara lain sebagai berikut:

H1 : Beban pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

H2 : Mekanisme bonus berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

H3 : *Tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

H4 : Profitabilitas memoderasi secara signifikan pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.

H5 : Profitabilitas memoderasi secara signifikan pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.

H6 : Profitabilitas memoderasi secara signifikan pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderating yang menggunakan sampel perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2019 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini berarti bahwa ketika beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan tinggi, tidak akan mempengaruhi perusahaan sektor pertambangan untuk mengambil keputusan *transfer pricing* karena perusahaan cenderung akan membayar pajak sesuai dengan peraturan perpajakan.
2. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa manajer perusahaan sektor pertambangan cenderung tidak memaksimalkan bonus dengan cara menaikkan laba bersih yang ekstrem karena masih terdapat kepentingan yang lebih penting yaitu menjaga citra baik perusahaan.
3. *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa kepemilikan saham asing dalam jumlah yang tinggi akan mempermudah dalam mengendalikan manajemen perusahaan.

4. Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba mampu mempengaruhi perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing* yang bertujuan untuk penghindaran pajak.
5. Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini mengindikasikan tinggi rendahnya tingkat profitabilitas perusahaan tidak mempengaruhi pihak manajemen untuk mengambil keputusan *transfer pricing* dengan melaporkan laba dari periode masa depan ke periode masa kini.
6. Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini membuktikan bahwa semakin perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi tidak mempengaruhi pemegang saham mayoritas untuk melakukan keputusan *transfer pricing*, dengan kata lain tinggi rendahnya laba yang dihasilkan tetap mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling incentive*.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menggunakan perusahaan dari sektor lain karena penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan pertambangan dengan jumlah sampel yang sedikit sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel dari perusahaan sektor industri agar memperoleh data dan hasil yang lebih akurat seperti sektor perkebunan, elektronik dan otomotif karena

ketiga sektor tersebut diduga rawan dalam melakukan penghindaran pajak dengan cara *transfer pricing*.

2. Berdasarkan hasil uji regresi bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dengan nilai rata-rata pada uji statistik deskriptif termasuk dalam kategori rendah. Informasi yang tersaji dimana beban pajak yang rendah dapat digunakan sebagai referensi bagi pemerintah berarti perusahaan sampel tersebut patuh dalam membayarkan pajaknya, karena semakin rendah beban pajak pada suatu perusahaan, maka semakin rendah perusahaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*.
3. Bagi pemerintah atau regulator, untuk lebih teliti dalam menyoroiti laporan keuangan perusahaan khususnya dalam pembayaran pajaknya.
4. Bagi perusahaan, sebaiknya dapat memberikan informasi laporan keuangan yang lengkap dengan mengungkapkan pihak-pihak berelasi sesuai dengan PSAK Nomor 7 seperti piutang dan hutang berelasi serta mencantumkan nama dan hubungan kepada pihak berelasi tersebut. Karena pada perusahaan sampel penelitian ini masih ada yang belum mengungkapkan transaksi dengan pihak berelasi.
5. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dan lebih memperhatikan koreksi pajak perusahaan dalam pembayaran pajaknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agana, J. A., Mohammed, A. K., & Zamore, S. (2018). International Transfer Pricing and Income Shifting in Developing Countries: Evidence from Ghana. *International Journal of Emerging Markets*, 1–38. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-05-2017-0181>
- Agregasi. (2015). *Praktik Transfer Pricing Sebabkan Indonesia Rugi Rp100 T*. <https://economy.okezone.com/read/2015/09/16/20/1215476/praktik-transfer-pricing-sebabkan-indonesia-rugi-rp100-t> (Diakses 10 Februari 2020).
- Alfandia, N. S. (2018). Pajak dan Struktur Modal Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 03(01), 17–34.
- Alino, N. U., & Lane, S. (2015). A Conceptual Model of the Effects of Taxation, Exchange Rate, and Regulations on the Transfer Pricing Behavior of Multinational Firm Managers. *Journal of Comparative International Management*, 18(1), 24–36. <http://esc-web.lib.cbs.dk/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=120836235&site=ehost-live&scope=site>
- Aljana, B. T., & Purwanto, A. (2017). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–15.
- Ang, J. S., Cole, R. A., & Lin, J. W. U. H. (2000). Agency Cost & Ownership Structure. *The Journal of Finance*, 55(1), 81–106.
- Anisyah, F. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Intangible Assets, Profitabilitas, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI Periode 2014-2016). *JOM Fekon*, 1(1), 1–14.
- Ardyansah, D., & Zulaikha. (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (ETR). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–9.
- Booth, P., & Schulz, A. K. D. (2004). The Impact of An Ethical Environment on Managers' Project Evaluation Judgments Under Agency Problem Conditions. *Accounting, Organizations and Society*, 29, 473–488. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(03\)00012-6](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(03)00012-6)
- Brundy, E. P., & Siswantaya, I. G. (2014). Pengaruh Mekanisme Pengawasan terhadap Aktivitas Tunneling. *Simposium Nasional Akuntansi 17*, 1–15.

- Cahyadi, A. S., & Noviari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441–1473. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p23>
- Devi, D. A. N. S., & Dewi, L. G. K. (2019). Pengaruh Profitabilitas pada Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(01), 792–821.
- Dyreg, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2008). Long-Run Corporate Tax Avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61–82. <https://doi.org/10.2308/accr.2008.83.1.61>
- 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. <https://doi.org/10.15294/jda.v10i1.12976>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim Rachmat, R. A. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Hartati, W., Desmiyawati, & Azlina, N. (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *SNA 17 Mataram, Lombok Universitas Mataram*.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA Medan*.
- Hartina, A. (2018). KOMITE AUDIT SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH TAX MINIMIZATION TERHADAP TRANSFER PRICING (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(2), 169–179. <https://doi.org/10.1093/imamci/dnt037>
- Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), hal. 49-59.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>

- Jingna, L., Seng, D., & Williams, K. W. (2011). Performance Evaluation and International Transfer Pricing in Foreign Subsidiaries of Japanese Companies. *Asia Pacific Management Accounting Journal*, 6(1), 1–24. https://doi.org/10.14987/mjmar.3.1_39
- Kuangan, K. (2019). *APBN 2019*. <https://www.kemenkeu.go.id/apbn2019> (Diakses 9 Januari 2020).
- Khasanah, I. (2015). Pengaruh Kompensasi Manajemen Eksekutif Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 20(1).
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunnelin Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125–138. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/787>
- 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. *Journal of the American Accounting Association*, 32(2), 1–26. <https://doi.org/10.2308/jata.2010.32.2.1>
- Mangoting, Y. (2000). Aspek Perpajakan dalam Praktek Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 2(1), 69–82. <https://doi.org/10.9744/jak.2.1.pp.69-82>
- Marfuah, & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art6>
- McColgan, P. (2001). Agency theory and corporate governance: a review of the literature from a UK perspective. *Department of Accounting and Finance University of Strathclyde*, May, 0–44.
- Mekari. (2020). *Bagaimana Mekanisme Pajak Perusahaan Rugi? Ini Jawabannya!* <https://klikpajak.id/blog/pajak-bisnis/pajak-perusahaan-rugi/> (Diakses 8 Januari 2020).
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi & Investasi*, 16(1), hal. 62-73.
- Moderator. (2018). *HUBUNGAN ISTIMEWA DALAM KONTEKS PAJAK PENGHASILAN*. <https://www.pajakku.com/forum-topic/5d4a3bf1acba1f1207ece678/Hubungan-Istimewa-Dalam-Konteks-Pajak-Penghasilan?page=1> (Diakses 10 Februari 2020).
- Mutamimah. (2009). Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(2), 161–182. <https://doi.org/10.24123/jmb.v7i1.119>

- Noviastika, D. F., 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.
- Novriansa, A. (2019). *Sektor Pertambangan Rawan Manipulasi Transfer Pricing?* https://news.ddtc.co.id/sektor-pertambangan-rawan-manipulasi-transfer-pricing-17422?page_y=1028 (Diakses 9 Januari 2020).
- Nuradila, R. F., & Wibowo, R. A. (2018). Tax Minimization sebagai Pemoderasi Hubungan antara Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Covenant dengan Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, 1(1), 63–76. <https://doi.org/10.22515/jifa.v1i1.1135>
- Pratama Septiyani, R. P., Ramadhanti, W., & Sudiby, Y. A. (2018). Some Factors That Affect Transfer Pricing Decision. *SAR (Soedirman Accounting Review) : Journal of Accounting and Business*, 3(1), 21–38. <https://doi.org/10.20884/1.sar.2018.3.1.1158>
- PSAK 15 Investasi pada Entitas Asosiasi.* (2019). Standar Akuntansi Keuangan.
- PSAK 24 Imbalan Kerja.* (2019). Standar Akuntansi Keuangan. <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sak-23-psak-24-imbalan-kerja> (Diakses 6 Maret 2020).
- PSAK 46 Pajak Penghasilan.* (2019). Standar Akuntansi Keuangan.
- PSAK 7 Pengungkapan Pihak-pihak Berelasi.* (2019). Standar Akuntansi Keuangan.
- Putri, W. D. (2019). *Gara-Gara Tarif Pajak, Indonesia Kalah Saing dengan Vietnam, Kok Bisa?* <https://lifepal.co.id/media/tarif-pajak-korporasi-di-asean/> (Diakses 10 Februari 2020).
- Reinganum, J. F., & Wilde, L. L. (1985). Income Tax Compliance in A Principal-Agent Framework. *Journal of Public Economics*, 26, 1–18.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 9, 136–150. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.06.002>
- Saifudin, & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Emiten BEI. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.22236/agregat>
- 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.

- Sari, E. P., & Mubarak, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pajak Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016). *Seminar Nasional I Universitas Pamulang*, 1–6.
- Setiawan, H. (2014). *Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara*.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1996). A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737–783.
- Siddique, M. N.-E.-A., & Ahmed, A. A. A. (2015). Congruence of Competitive Advantage and Transfer Pricing: A Study on Selected MNCs Operating in Bangladesh. *Asian Accounting and Auditing Advancement*, 5(2), 119–126.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Pajak* (Edisi 6). Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiharto, D. (2014). *Prahara Pajak Raja Otomotif*. <https://investigasi.tempo.co/toyota/> (Diakses 9 Januari 2020).
- Sumarsan, T. (2013). *Tax Review dan Strategi Perencanaan Pajak*. Jakarta: Indeks Penerbit.
- Suprianto, D., & Pratiwi, R. (2017). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Maufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013 – 2016. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1–15.
- Susanti, A., & Firmansyah, A. (2018). Determinants of Transfer Pricing Decisions in Indonesia Manufacturing Companies. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 22(2), 81–93. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol22.iss2.art1>
- Suwiknyo, E. (2019a). *OECD: Kasus Transfer Pricing Meningkat*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190918/259/1149724/oecd-kasus-transfer-pricing-meningkat> (Diakses 9 Januari 2020).
- Suwiknyo, E. (2019b). *Otoritas Pajak Waspadai Lonjakan Sengketa Transfer Pricing*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190920/259/1150521/otoritas-pajak-waspadai-lonjakan-sengketa-transfer-pricing> (Diakses 9 Januari 2020).
- Thomas, V. F. (2019). *Dugaan Adaro Menghindari Pajak Mengingat pada Kasus Asian Agri*. <https://tirto.id/dugaan-adaro-menghindari-pajak-mengingat-pada-kasus-asian-agri-edHZ> (Diakses 11 Februari 2020).
- Undang-Undang KUP dan Peraturan Pelaksanaannya. (2013). *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/uu-kup_mobile.pdf (Diakses 2 Maret 2020).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007*. (2007).

- Utama, C. A. (2015). Penentu Besaran Transaksi Pihak Berelasi: Tata Kelola, Tingkat Pengungkapan, dan Struktur Kepemilikan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 12(1), 37–54. <https://doi.org/10.21002/jaki.2015.03>
- Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2015). Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 157–168. <https://doi.org/10.18860/em.v6i2.3899>
- Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian* (Edisi 1). Semarang: UNNES Press.
- Wardani, P. K., & Kurnia. (2018). Pengaruh Pajak, Leverage, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(11), 1–19.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). Positive Accounting Theory. *Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.*
- 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 15*, 1–23.
- Zain, M. (2005). *Manajemen Perpajakan* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	BSSR	PT Baramulti Suksessarana Tbk
2.	ADRO	PT Adaro Energy Tbk
3.	BYAN	PT Bayan Resources Tbk
4.	DEWA	PT Darma Henwa Tbk
5.	GEMS	PT Golden Energy Mines Tbk
6.	ITMG	PT Indo Tambangraya Megah Tbk
7.	KKGI	PT Resource Alam Indonesia Tbk
8.	MBAP	PT Mitrabara Adiperdana Tbk
9.	MYOH	PT Samindo Resources Tbk
10.	TOBA	PT Toba Bara Sejahtera Tbk
11.	ESSA	PT Surya Esa Perkasa Tbk
12.	RUIS	PT Radiant Utama Interinsco Tbk
13.	INCO	PT Vale Indonesia Tbk
14.	CTTH	PT Citatah Tbk
15.	DOID	PT Delta Dunia Makmur Tbk
16.	PSAB	PT J Resources Asia Pasifik Tbk