

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Keagenan

Penjelasan mengenai konsep *transfer pricing* menggunakan pendekatan teori keagenan yang terkait dengan hubungan atau kontrak diantara para anggota perusahaan, terutama antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Jensen dan Meckling (1979) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih pemilik (*principal*) menggunakan orang lain atau manajer (*agent*) untuk menjalankan perusahaan. Di dalam teori keagenan, yang dimaksud dengan *principal* adalah pemegang saham atau pemilik yang menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan sedangkan *agent* adalah manajemen yang memiliki kewajiban mengelola perusahaan yang telah diamanahkan *principal* kepadanya (Sulistyanto, 2008).

Dengan perubahan waktu, masalah keagenan tidak hanya terbatas pada *principal* dan *agent*, tetapi mencakup pihak lain seperti kreditor, pemegang saham utama dan pemegang saham kecil. Panda *et al* (2017) telah mengkategorikan masalah keagenan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Tipe 1: *Principal-Agent Problem*

Pemilik memberikan tugas kepada manajer untuk mengelola perusahaan dengan harapan bahwa manajer akan bekerja untuk kepentingan pemilik. Namun, manajer lebih tertarik pada maksimalisasi kompensasi mereka.

Ketidaksejajaran kepentingan antara *principal* dan *agent* serta kurangnya pemantauan yang tepat karena struktur kepemilikan tersebar menyebabkan konflik.

2. Tipe 2: *Principal-Principal Problem*

Asumsi yang mendasari masalah ini adalah konflik kepentingan antara pemilik besar dan pemilik kecil. Pemilik utama disebut sebagai pemegang mayoritas saham perusahaan, sedangkan pemilik kecil adalah orang-orang yang memegang porsi saham perusahaan yang sangat sedikit. Pemilik mayoritas memiliki kekuatan untuk mengambil keputusan apapun demi keuntungan mereka.

3. Tipe 3: *Principal-Creditor Problem*

Para pemegang saham mencoba untuk berinvestasi dalam proyek-proyek berisiko, di mana mereka mengharapkan *return* yang lebih tinggi. Jika proyek berhasil, maka pemilik akan menikmati keuntungan besar, sementara bunga para kreditor terbatas karena mereka hanya mendapatkan tingkat bunga tetap. Di sisi lain, jika proyek gagal, maka kreditor akan dipaksa untuk berbagi beberapa kerugian.

Keberhasilan perusahaan melakukan *transfer pricing* dilihat dari satu pihak yang mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam pengambilan keputusan keuangan dan operasional. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang

berada dibawah kendalinya. Dengan demikian dapat menimbulkan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan kegiatan *tunneling*.

2.2. Pajak

2.2.1. Definisi Pajak

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Sedangkan menurut Mardiasmo (2016) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

2.2.2. Fungsi Pajak

Suandy (2017), menguraikan beberapa fungsi pajak yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi finansial (*budgeter*), yaitu memasukkan uang sebanyak mungkin ke kas negara. Penerimaan dari sektor pajak ini menjadi tulang punggung penerimaan negara. Dalam APBN empat tahun terakhir (2015-2018), data menunjukkan bahwa untuk tahun 2015, total penerimaan dalam negeri sebesar 1.790,3 triliun dan penerimaan pajak sebesar 1.201,7 triliun setara dengan 67 persen. Total penerimaan dalam negeri tahun 2016 sebesar 1.820,5 triliun dan penerimaan pajak sebesar 1.546,7 triliun setara dengan 84,87 persen. Total penerimaan dalam

negeri pada tahun 2017 sebesar 1.748,9 triliun dan penerimaan pajak sebesar 1.498,9 triliun setara dengan 85,64 persen. Total penerimaan dalam negeri pada tahun 2018 sebesar 1.893,5 triliun dan penerimaan pajak sebesar 1618,1 triliun setara dengan 85,4 persen.

Dalam rangka penerimaan pajak, pemerintah harus berusaha menyempurnakan peraturan dan melakukan pembinaan seperti *sunset policy*, pengampunan pajak (*tax amnesty*), dan penegakan hukum.

2. Fungsi mengatur (*regulerend*), yaitu pajak digunakan sebagai alat untuk mengatur masyarakat, baik di bidang ekonomi, sosial, maupun politik dengan tujuan tertentu. Pajak digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu dapat dilihat dalam contoh berikut:

- a. Pemberian insentif pajak (misalnya: *tax holiday*, penyusutan dipercepat) dalam rangka meningkatkan investasi, baik investasi dalam negeri maupun investasi asing.
- b. Pengenaan pajak ekspor untuk produk-produk tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan dalam negeri.
- c. Pengenaan bea masuk dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah untuk produk-produk impor tertentu dalam rangka melindungi produk-produk dalam negeri.

2.2.3. Asas Pemungutan Pajak

Adam Smith dalam Suandy (2017) menyatakan bahwa pemungutan pajak hendaknya didasarkan pada asas-asas berikut:

1. *Equality*

Pembebanan pajak di antara subjek pajak hendaknya seimbang dengan kemampuannya, yaitu seimbang dengan penghasilan yang dinikmatinya di bawah perlindungan pemerintah. Jika *equality* ini tidak diperbolehkan suatu negara mengadakan diskriminasi di antara sesama Wajib Pajak. Dalam keadaan yang sama, Wajib Pajak harus diperlakukan sama dan dalam keadaan berbeda, Wajib Pajak harus diperlakukan berbeda.

2. *Certainty*

Pajak yang dibayarkan oleh Wajib Pajak harus jelas dan tidak mengenal kompromi kompromis (*not arbitrary*). Dalam asas ini, kepastian hukum yang diutamakan adalah mengenai subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, dan ketentuan mengenai pembayarannya.

3. *Convenience of Payment*

Pajak hendaknya dipungut pada saat yang paling baik bagi Wajib Pajak, yaitu saat sedekat-dekatnya dengan saat diterimanya penghasilan/keuntungan yang dikenakan pajak.

4. *Economic of Collections*

Pemungutan pajak hendaknya dilakukan sehemat (seefisien) mungkin, jangan sampai biaya pemungutan pajak lebih besar dari penerimaan pajak itu sendiri. Tidak akan ada artinya pemungutan pajak kalau biaya yang dikeluarkan lebih besar dari penerimaan pajak yang akan diperoleh.

2.2.4. Pembagian Pajak

Menurut Suandy (2017), pembagian pajak dapat dilakukan berdasarkan golongan, wewenang pemungutan, ataupun sifatnya.

1. Berdasarkan golongan, dibagi menjadi:

a. Pajak langsung, adalah pajak yang bebannya harus ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak bersangkutan dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan.

Pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan secara berkala dan berulang-ulang terhadap penghasilan dalam jangka waktu tertentu, baik masa pajak maupun tahun pajak.

b. Pajak tidak langsung, adalah pajak yang bebannya dapat dialihkan atau digeserkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Dalam pajak ini beban pajak digeserkan dari produsen/penjual ke pembeli/konsumen.

2. Menurut wewenang pemungutnya, dibagi menjadi:

a. Pajak pusat/pajak negara, adalah pajak yang wewenang pemungutannya ada pada pemerintah pusat yang pelaksanaannya dilakukan oleh Departemen Keuangan melalui Direktorat Jenderal Pajak. Pajak pusat diatur dalam undang-undang dan hasilnya akan masuk ke Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pajak pusat/pajak negara yang berlaku saat ini adalah Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah,

Pajak Bumi dan Bangunan, Bea Materai, dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

b. Pajak daerah, adalah pajak yang wewenang pemungutannya ada pada Pemerintah Daerah yang pelaksanaannya dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah. Pajak daerah diatur dalam undang-undang dan hasilnya akan masuk ke Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Pajak daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 34 tahun 2004, terdiri atas empat jenis pajak daerah provinsi dan tujuh jenis pajak daerah kabupaten/kota.

3. Menurut sifatnya, dibagi menjadi:

a. Pajak subjektif, adalah pajak yang memperhatikan kondisi/keadaan Wajib Pajak. Dalam menentukan pajaknya harus ada alasan-alasan objektif yang berhubungan erat dengan keadaan materialnya.

b. Pajak objektif, adalah pajak yang pada awalnya memperhatikan objek yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar. Kemudian, baru dicari subjeknya, baik orang pribadi maupun badan. Jadi, dengan perkataan lain pajak objektif adalah pengenaan pajak yang hanya memperhatikan kondisi objeknya saja.

2.3. Penghindaran Pajak

2.3.1. Definisi Penghindaran Pajak

Menurut Mardiasmo (2011), penghindaran pajak adalah usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar Undang-Undang. Sedangkan menurut Hanlon & Heitzman (2010), penghindaran pajak merupakan pengurangan pajak eksplisit

yang mewakili serangkaian strategi perencanaan pajak seperti tax non-compliance, tax evasion, tax agresif, dan tax sheltering.

2.3.2. Karakter Penghindaran Pajak

Menurut *Organization of Economic Cooperation and Development* (OECD), penghindaran pajak memiliki tiga karakter:

1. Adanya unsur artifisial dimana berbagai pengaturan seolah-olah terdapat di dalamnya padahal tidak, dan ini dilakukan karena ketiadaan faktor pajak.
2. Skema semacam ini sering memanfaatkan *loopholes* dari Undang-Undang atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal untuk berbagai tujuan, padahal bukan itu yang sebenarnya dimaksudkan oleh pembuat Undang-Undang.
3. Kerahasiaan juga sebagai bentuk dari skema ini, dimana umumnya para konsultan menunjukkan alat atau cara untuk melakukan penghindaran pajak dengan syarat Wajib Pajak menjaga serahasia mungkin.

2.3.3. Strategi Penghindaran Pajak

Menurut Pohan (2018), prinsip dasar yang lazim diterapkan dalam penghindaran pajak adalah Prinsip *Taxability Deductibility*, dilakukan dengan cara mengubah atau menkonversikan penghasilan yang merupakan objek pajak menjadi penghasilan yang bukan merupakan objek pajak, atau sebaliknya mengubah biaya yang tidak boleh dikurangkan menjadi biaya yang boleh dikurangkan.

Jika kondisi keuangan perusahaan baik dan perusahaan menghasilkan laba besar, maka salah satu alternatif yang direkomendasikan adalah mengkaji mana yang lebih menguntungkan antara memberikan kesejahteraan kepada karyawan dalam bentuk tunjangan (uang), atau dalam natura (*benefit in kind*).

2.3.4. Pengukuran Penghindaran Pajak

Variabel penghindaran pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan CETR (Cash Effective Tax Rate) yang didasarkan pada perbandingan kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar pajak dengan laba sebelum pajak, sehingga akan diketahui tarif pajak perusahaan sesuai besarnya pajak yang dibayarkan dan dapat membandingkannya dengan tarif pajak badan sesuai peraturan undang-undang perpajakan, semakin tinggi CETR mengindikasikan semakin rendah aktivitas penghindaran pajak (Dyrenge, 2008).

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{cash tax paid}}{\text{pre-tax income}}$$

2.4. Tunneling Incentive

2.4.1. Definisi Tunneling Incentive

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Zhuang, 2004).

Istilah "tunneling" pada awalnya digunakan untuk menggambarkan pengambilalihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko seperti pemindahan aset melalui sebuah terowongan bawah tanah (tunnel).

Dalam aktivitas transaksi penjualan seperti *transfer pricing* dapat terjadi *tunneling*, baik perusahaan di negara yang sama atau perusahaan multinasional (lintas negara), salah satunya dapat dilakukan melalui transaksi pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa (*related party transaction/RPT*), dalam hal ini hubungan antara perusahaan induk dengan perusahaan anak. Perusahaan induk sebagai pemegang saham mayoritas, sementara perusahaan anak sebagai pemegang saham minoritas. Contoh perusahaan induk dapat memanfaatkan perusahaan anak sebagai pemasok untuk membebaskan harga input produksi yang rendah agar produksi harga pokok produksi perusahaan induk turun dan meningkatkan laba.

Jin dan Wong (2004) meneliti penggunaan RPT sebagai sarana praktik manajemen laba dan *tunneling* pada perusahaan di China. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang masih tergabung dalam satu konglomerasi cenderung melaporkan nilai RPT yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki konglomerasi. Selain itu dapat dibuktikan bahwa RPT tersebut digunakan untuk memanipulasi laba dalam rangka memenuhi syarat agar bisa sukses melakukan IPO. Ketika perusahaan IPO tersebut telah menghasilkan aliran dana yang cukup, cenderung terjadi pengalihan sumber daya kepada perusahaan afiliasinya dalam bentuk pinjaman lunak.

2.4.2. Jenis-jenis *Tunneling Incentive*

Atanasov et al., (2008) membagi *tunneling* ke dalam 3 tipe:

1. *Cash flow tunneling*, menghapus sebagian arus kas tahun berjalan, tetapi tidak mempengaruhi sisa stok asset produktif jangka panjang.

2. *Asset tunneling*, dibagi menjadi asset tunneling "in" dan asset tunneling "out". Asset tunneling "out" melibatkan pengalihan aset jangka panjang (berwujud atau tidak berwujud) utama dari perusahaan dengan harga kurang dari nilai pasar. Ini termasuk, penjualan aset yang kurang mahal ke perusahaan afiliasi dan pinjaman kepada perusahaan afiliasi. Asset tunneling "out" juga dapat memengaruhi profitabilitas aset perusahaan yang tersisa. Sedangkan asset tunneling "in" melibatkan perusahaan yang memperoleh aset lebih besar dari nilai pasar biasanya dengan membeli aset dari perusahaan afiliasi atau ekuitas di perusahaan-perusahaan ini. Asset tunneling berbeda dari tunneling arus kas karena transfer aset memiliki efek permanen.
3. *Equity tunneling*, meningkatkan bagian pengontrol dari nilai perusahaan dengan mengorbankan pemegang saham minoritas, tetapi tidak secara langsung mengubah aset produktif atau arus kas perusahaan. Contoh tunneling ekuitas termasuk penawaran dilutif, pembekuan pemegang saham minoritas, pinjaman kepada orang dalam, kompensasi insentif berbasis ekuitas yang melebihi tingkat pasar, dan perdagangan orang dalam.

2.4.3. Pengukuran *Tunneling Incentive*

Variabel *tunneling incentive* pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham yang melebihi 20%. Entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung (contohnya melalui entitas anak)

apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.15.

2.5. Kepemilikan Asing

2.5.1. Definisi Kepemilikan Asing

Pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007 menyebutkan bahwa modal asing adalah modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing, dan badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Mengacu pada pasal diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Anggraini, 2011).

2.5.2. Pengukuran Kepemilikan Asing

Dalam penelitian ini, kepemilikan asing diukur menggunakan rumus:

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Kepemilikan saham pihak asing}}{\text{Total saham yang beredar}}$$

2.6. Ukuran Perusahaan

2.6.1. Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2006), ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai dari total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan lain-lain. Sedangkan menurut Dang (2018), ada 3 bentuk logaritma natural dari pengukuran ukuran perusahaan, yaitu total asset, total penjualan, dan nilai pasar ekuitas. Jika peneliti ingin mengontrol "ukuran" perusahaan di pasar produknya, mereka harus menggunakan total

penjualan; jika peneliti ingin mengontrol ukuran di pasar saham, maka mereka harus menggunakan kapitalisasi pasar; Jika ukuran mengacu pada total sumber daya dari mana perusahaan dapat menghasilkan laba, maka peneliti harus menggunakan total aset.

2.6.2. Kriteria Ukuran Perusahaan

Adapun kriteria ukuran perusahaan menurut *Small Business Administration* (SBA), yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1.

Kriteria ukuran perusahaan menurut SBA

	Jumlah Karyawan	Jumlah Aset	Jumlah Penjualan
Family Size	1 – 4	Di bawah \$100.000	\$100.000 – 500.000
Small	5 – 19	\$100.000 – 500.000	\$500.000 – 1 juta
Medium	20 – 99	\$500.000 – 5 juta	\$1 juta – 10 juta
Large	100 – 499	\$5 juta – 25 juta	\$10 juta – 50 juta

Sumber : *Small Business Administration*

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur melalui total aset yang diprosikan dengan nilai logaritma natural dari total aset perusahaan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{total aset})$$

2.7. Transfer Pricing

2.7.1. Definisi Transfer Pricing

Dalam sudut pandang perpajakan, *transfer pricing* didefinisikan sebagai harga yang dibebankan oleh suatu perusahaan atas barang, jasa, dan harta tidak berwujud, kepada perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa (Lynos dalam Kurniawan, 2011).

2.7.2. Tujuan Penentuan Transfer Pricing

Menurut Anthony (2011), *transfer pricing* harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuan berikut ini:

1. Memberikan informasi yang relevan kepada masing-masing unit usaha untuk menentukan imbal balik yang optimum antara biaya dan pendapatan perusahaan.
2. Menghasilkan keputusan yang selaras dengan cita-cita – maksudnya, sistem harus dirancang sedemikian rupa sehingga keputusan meningkatkan laba unit usaha juga akan meningkatkan laba perusahaan.
3. Membantu pengukuran kinerja ekonomi dari unit usaha individual.
4. Memberikan sistem yang mudah dimengerti dan dikelola.

2.7.3. Metode Transfer Pricing

Menurut Surat Edaran Nomor SE-50/PJ/2013, ada 5 metode *transfer pricing* berdasarkan transaksi penjualan/pembelian barang/jasa:

1. Metode Perbandingan Harga Antara Pihak yang Independen
(*Comparable Uncontrolled Price Method/CUP*)

Metode CUP diterapkan dengan cara membandingkan harga barang atau jasa dalam transaksi afiliasi dengan harga barang atau jasa dalam transaksi independen.

2. Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method*)

Metode penentuan harga transfer yang menentukan harga pembelian barang dan jasa dari pihak afiliasi dengan cara mengurangi laba kotor pihak independen yang sebanding dari harga jual kembali barang dan jasa tersebut kepada pihak independen.

3. Metode Biaya-Plus (*Cost-Plus Method*)

Metode penentuan harga transfer yang menambahkan laba kotor dari transaksi independen yang sebanding terhadap biaya yang ditanggung dalam transaksi afiliasi.

4. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method-TNMM*)

Metode penentuan harga transfer yang menggunakan indikator tingkat laba transaksi independen yang sebanding untuk menentukan laba bersih usaha transaksi afiliasi.

Penerapan TNMM pada transaksi pembelian/penjualan barang berwujud dilakukan dengan pemilihan *Profit Level Indicator* (PLI) yang sesuai fakta dan kondisi. Penentuan penyebut (*denominator*) dalam metode TNMM dilakukan dengan mempertimbangkan *profit driver* perusahaan dan independensi dari *denominator* yang digunakan. Faktor lain yang perlu dipertimbangkan adalah jenis usaha dan ketersediaan data.

Perusahaan penyedia jasa, manufaktur, dan sejenisnya pada umumnya menggunakan laba bersih usaha dibandingkan dengan total biaya sebagai PLI. Sementara kegiatan distribusi pada umumnya menggunakan laba bersih usaha dibandingkan dengan penjualan.

2.7.4. Pengukuran Transfer Pricing

Dalam penelitian ini, pengukuran untuk variabel *transfer pricing* diproksikan dengan ada atau tidaknya penjualan kepada pihak berelasi atau yang memiliki hubungan istimewa. Harga yang ditetapkan dalam penjualan terhadap pihak berelasi atau hubungan istimewa biasanya menggunakan harga yang tidak wajar bisa dengan menaikkan atau menurunkan harga.

$$RPT_{sales} = \frac{\text{Penjualan pihak berelasi}}{\text{Total Penjualan}}$$

2.8. Perusahaan Multinasional

2.8.1. Definisi Perusahaan Multinasional

Perusahaan multinasional merupakan sebuah organisasi ekonomi yang melibatkan diri dalam kegiatan produktif di dua atau lebih negara dan memiliki markas besar sebagai pusat di negara asal mereka yang kemudian diperluas ke negara lain dengan membangun atau membeli berbagai aset usaha atau membuat cabang di negara tersebut (Mas'ood, 1997).

Menurut John H. Dunning (1993), perusahaan multinasional adalah “*an enterprise that engages in foreign direct investment (FDI) and owns or, in some way, controls value-added activities in more than one country*”. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang melibatkan penanaman modal asing dan

memiliki aktivitas nilai tambah lebih dari satu negara. Definisi tersebut menggambarkan kegiatan perusahaan multinasional dalam dua karakteristik. Disatu sisi perusahaan dapat mengontrol dan mengkoordinasi produksi melalui banyak perusahaan dan disisi lainnya terdapat pula perusahaan melakukan transaksi ekonomi lintas negara.

2.8.2. Bentuk-Bentuk Perusahaan Multinasional

Menurut John H. Dunning (1993), membedakan perusahaan multinasional dalam empat bentuk, yaitu:

1. *Multinational Producing Enterprise (MPE)*,

Fokus yang dilakukan perusahaan multinasional ini adalah di bidang produksi. Jadi perusahaan multinasional ini memiliki dan mengontrol berbagai fasilitas produksi di lebih dari satu negara.

2. *Multinational Trade Enterprise (MTE)*,

Fokus dari MTE adalah pada bidang perdagangan. Jadi perusahaan multinasional ini bergerak dengan menjual barang yang diproduksi di dalam negeri secara langsung kepada perusahaan di negeri lain.

3. *Multinational Internationally Owned Enterprise (MOE)*,

Perusahaan ini lebih mengarah pada kepemilikan usaha dari satu induk perusahaan yang menyebarluaskan cabang-cabang produksi atau perdagangan atau kegiatan perusahaannya di negara lain.

4. *Multinational (Financial) Controlled Enterprise (MCE)*,

Fokus dari perusahaan ini lebih pada permodalan atau pembiayaan.

2.9. Kerangka Konseptual

2.9.1. Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Mardiasmo (2011), penghindaran pajak adalah usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar Undang-Undang. Jacob (1996) menemukan bahwa transfer antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Penelitian tersebut menemukan bahwa perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah.

2.9.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Zhuang (2004), *tunneling incentive* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri. Sansing (1999) menunjukkan bahwa pemegang saham mayoritas dapat mentransfer kekayaan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan hak para pemilik minoritas, dan terjadi penurunan pengalihan kekayaan ketika persentase kepemilikan pemegang saham mayoritas menurun.

2.9.3. Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007, modal asing adalah modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing, dan badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Ketika kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar maka pemegang saham pengendali asing memiliki pengaruh yang

semakin besar dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan, termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing* (Sari, 2012).

2.9.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Brigham dan Houston (2006), ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai dari total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan lain-lain. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama (Rachmawati, 2007).

2.10. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Yuniasih, dkk (2012) dengan objek penelitian pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010 memiliki dua variabel independen yaitu pajak yang diukur menggunakan rumus *effective tax rate* dan *tunneling incentive* yang diproksikan dengan presentase kepemilikan saham di atas 20%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Penelitian oleh Kiswanto (2014) dengan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013 memiliki tiga variabel independent yaitu pajak yang diukur menggunakan *cash effective tax rate*, kepemilikan asing diukur menggunakan persentase kepemilikan asing sebesar 20%, dan ukuran perusahaan diukur dengan log total aset. Hasil penelitian ini

menunjukkan pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Penelitian oleh Marisa (2015) dengan objek perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014 memiliki empat variabel independent yaitu pajak yang diproksikan dengan *effective tax rate*, *bonus plan* dihitung menggunakan variabel *dummy*, *tunneling incentive* diukur dengan persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali, dan ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari nilai buku total aset perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan pajak dan *bonus plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian lainnya oleh Maxentia, dkk (2017) dengan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015 memiliki dua variabel yaitu pajak yang diproksikan dengan *cash effective tax rate* dan kepemilikan asing yang dihitung dengan persentase kepemilikan modal oleh pihak asing 20%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap penerapan *transfer pricing*, sedangkan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing*.

Tabel 2.2.
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
1.	Yuniasih, dkk (2012)	X ₁ = Pajak X ₂ = <i>Tunneling Incentive</i>	Perusahaan manufaktur yang	1. Pajak berpengaruh positif terhadap

		$Y = \text{Transfer Pricing}$	terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008 – 2010	keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i> .
2.	Kiswanto (2014)	$X_1 = \text{Pajak}$ $X_2 = \text{Kepemilikan Asing}$ $X_3 = \text{Ukuran Perusahaan}$ $Y = \text{Transfer Pricing}$	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2013	1. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> .
3.	Marisa (2015)	$X_1 = \text{Pajak}$ $X_2 = \text{Bonus Plan}$ $X_3 = \text{Tunneling Incentive}$ $X_4 = \text{Ukuran Perusahaan}$ $Y = \text{Transfer Pricing}$	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2014	1. Pajak tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Bonus plan</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> . 4. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
4.	Maxentia (2017)	$X_1 = \text{Pajak}$ $X_2 = \text{Kepemilikan Asing}$ $Y = \text{Transfer Pricing}$	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2015	1. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. Kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .

Sumber: penelitian terdahulu

2.11. Pengembangan Hipotesis

2.11.1. Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Transfer Pricing

Penghindaran pajak adalah usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar Undang-Undang (Mardiasmo, 2011). Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak dengan cara transfer pricing. Praktik transfer pricing dilakukan dengan memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba kepada grup di negara yang menerapkan tarif pajak terendah. Perusahaan-perusahaan multinasional melihat transfer pricing sebagai suatu isu perpajakan internasional, dan lebih dari setengah perusahaan menganggap isu ini penting.

Penelitian oleh Yuniasih, dkk (2012), Kiswanto (2014), Maxentia, dkk (2017) menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Marisa (2015) menyatakan pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha1 : penghindaran pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.11.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Tunneling incentive merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri (Zhuang, 2004). Salah satu bentuk *tunneling* adalah peran dari pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa. Pemegang saham dapat mengalihkan asetnya secara sementara

ke anak perusahaan dengan *transfer pricing* agar bisa menekan biaya-biaya yang dapat mengurangi laba perusahaan.

Penelitian oleh Yuniasih, dkk (2012) menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Penelitian lain oleh Marisa (2015) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha2 : *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.11.3. Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007, modal asing adalah modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing, dan badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Ketika kepemilikan saham yang dimiliki pihak asing telah menanamkan modalnya pada perusahaan di Indonesia lebih dari 20% maka pihak asing bisa memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, karena bisa menggunakan haknya sebagai pengendali untuk memerintah manajemen melakukan *transfer pricing*.

Penelitian oleh Kiswanto (2014) menyatakan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Penelitian lain oleh Maxentia (2017) menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha3 : kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.11.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih tahun bersangkutan sampai beberapa tahun ke depan (Brigham dan Houston, 2006). Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing*. Pada perusahaan besar, lebih banyak memiliki pihak berelasi atau hubungan istimewa, dilihat dari banyaknya cabang atau anak perusahaan, sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* lebih besar peluangnya dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Penelitian oleh Kiswanto (2014) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Penelitian lain oleh Marisa (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha4 : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.