

## BAB II

### DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1. *Transfer Pricing*

##### 2.1.1. *Pengertian Transfer Pricing*

Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-32/PJ/2011 penentuan harga transfer (*transfer pricing*) adalah penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Sedangkan definisi *transfer pricing* menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) *Transfer Pricing Guidelines* 2010 adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional.

*Transfer pricing* seringkali dianggap sebagai sesuatu yang tidak baik, atau sering disebut sebagai *abuse of transfer pricing*. Darussalam dan Septriadi (2008) mengistilahkan *transfer pricing manipulation* dengan suatu kegiatan memperbesar biaya atau merendahkan tagihan yang bertujuan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Praktik dari *transfer pricing* tidak mudah untuk dilakukan. Akan tetapi, praktik ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan celah peraturan yang ada.

##### 2.1.2. *Tujuan Transfer Pricing*

Globalisasi bisnis mengakibatkan praktik *transfer pricing* menjadi perhatian yang lebih kritis, khususnya dalam isu perpajakan (Suandy, 2011). Menurut Darussalam dkk. (2013) tujuan dari praktik *transfer pricing* itu sendiri dapat diklasifikasikan ke dalam sisi internal dan eksternal. Jika dilihat dari sisi

internal, praktik *transfer pricing* bertujuan untuk memotivasi pimpinan di anak perusahaan, memonitor dan mengevaluasi kinerja, serta menyelaraskan sasaran antara induk dengan anak perusahaan. Sedangkan jika dilihat dari sisi eksternal, praktik *transfer pricing* bertujuan untuk meminimalisir pajak penghasilan, beban tarif, risiko nilai tukar mata uang, serta menghindari intervensi dengan negara di mana perusahaan beraktivitas, pengelolaan arus kas, dan daya saing.

### 2.1.3. Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha

*Transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Pada pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Pajak Penghasilan disebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak memiliki wewenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lain sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan beberapa metode yang paling efektif.

Peraturan lainnya yang mengatur tentang *transfer pricing* juga termuat dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-32/PJ/2011, yang menyatakan bahwa *arm's length principle* memiliki pengertian yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, yang mana ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar (*Fair Market Value/FMV*).

*Arm's length principle* menurut peraturan tersebut dapat dilakukan dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Melakukan analisis kesebandingan dan menentukan pembandingan;
2. Menentukan metode penentuan harga transfer yang tepat;
3. Menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha berdasarkan hasil analisis kesebandingan dan metode penentuan harga transfer yang tepat ke dalam transaksi yang dilakukan antara Wajib Pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa; dan
4. Mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan harga wajar atau laba wajar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

#### **2.1.4. Hubungan Istimewa**

Definisi hubungan istimewa menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 7 (revisi 2009) tentang Pengungkapan Pihak-Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas tertentu dalam menyiapkan laporan keuangannya, yang mana dirujuk sebagai entitas pelapor. Hubungan istimewa menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-32/PJ/2011 Perubahan atas Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-43/PJ/2010 adalah hubungan antara Wajib Pajak dengan pihak lain sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang PPh atau Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang PPN.

Hubungan istimewa yang sebagaimana dimaksud dianggap ada apabila :

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

Kekurangwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha merupakan dampak yang muncul akibat dari adanya hubungan istimewa (Suandy, 2011). *Transfer pricing* dapat menyebabkan terjadinya pengalihan penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan/atau biaya dari satu Wajib Pajak ke Wajib Pajak lain, yang dapat direkayasa dengan tujuan untuk menekan jumlah pajak terutang atas Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. Kekurangwajaran harga tersebut dapat terjadi pada:

1. Harga penjualan;
2. Harga pembelian;
3. Alokasi biaya administrasi dan umum;

4. Pembebanan bunga atas pinjaman yang diberikan oleh pemegang saham, serta pembayaran atas komisi, lisensi, waralaba, sewa, royalti, imbalan jasa manajemen, imbalan jasa teknik dan imbalan jasa lainnya;
5. Pembelian harta oleh perusahaan induk atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga yang berada di bawah harga pasar; serta
6. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang atau tidak mempunyai substansi usaha.

#### **2.1.5. Penentuan *Transfer Pricing***

Dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-32/PJ/2011 disebutkan bahwa untuk penentuan *transfer pricing* yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional dapat menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Metode Perbandingan Harga antara Pihak yang Tidak Mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)

Metode ini dilakukan dengan membandingkan harga transaksi barang sejenis dari pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (pembanding independen), baik itu internal CUP maupun eksternal CUP. Metode ini merupakan metode yang paling akurat, tetapi masalah utama yang sering dialami jika menggunakan metode ini adalah sulitnya mencari barang yang benar – benar sejenis.

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

Metode ini membandingkan harga transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga jual kembali produk tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar, yang

mencerminkan fungsi, aset dan risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.

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

Metode ini umumnya digunakan pada usaha pabrikasi yang dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

4. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*)

Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi oleh pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak – pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, dengan menggunakan Metode Kontribusi (*Contribution Profit Split Method*) atau Metode Sisa Pembagian Laba (*Residual Profit Split Method*).

## 5. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*)

Metode ini membandingkan persentase laba bersih operasi terhadap biaya, penjualan, aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya

### 2.1.6. *Related Party Transaction (RPT)*

*Related Party Transaction (RPT)* didefinisikan sebagai transaksi antara perusahaan dengan anak perusahaan, afiliasi, manajemen, anggota dewan, pemilik utama, atau anggota keluarga dekat (Huang and Liu, 2010). RPT ini dapat berupa transaksi pembelian, penjualan, utang, maupun piutang, yang mana transaksi utang dan piutang tersebut timbul sebagai akibat dari adanya transaksi penjualan dan pembelian. Dalam PSAK 7 (revisi 2009) dijelaskan bahwa pihak yang memiliki hubungan istimewa dapat melakukan transaksi yang tidak akan dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Selain itu, transaksi tersebut juga dapat dilakukan dengan harga yang berbeda dengan transaksi serupa yang dilakukan diantara pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

### 2.1.7. Pengukuran *Transfer Pricing*

Pengukuran *transfer pricing* diproksikan dengan ada atau tidaknya penjualan kepada pihak berelasi (*Related Party Transaction*) karena perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya tidak terlepas dari penjualan. RPT – Penjualan dipilih karena transaksi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan memiliki pengaruh terhadap laporan keuangan, yang mana digunakan untuk menghitung laba komersial perusahaan. Selain itu, melalui transaksi penjualan tersebut, perusahaan dapat melakukan rekayasa finansial yang bertujuan untuk mengurangi kewajiban perpajakan yang masih harus dibayarkan oleh perusahaan. Menurut Kurniawan (2015) perusahaan akan berupaya untuk mengalihkan kewaiban perpajakannya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah, yang mana salah satu tindakannya adalah melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang lebih rendah.

Menurut Huang and Liu (2010) RPT – Penjualan diproksikan dengan membandingkan total penjualan kepada pihak berelasi dengan total penjualan secara keseluruhan. Semakin tinggi nilai penjualan kepada pihak berelasi, maka semakin tinggi pula kegiatan *transfer pricing*. Begitu sebaliknya, semakin rendah nilai penjualan kepada pihak berelasi, maka semakin rendah pula kegiatan *transfer pricing* (berbanding lurus).

$$\text{RPT – Penjualan} = \frac{\text{penjualan pihak berelasi}}{\text{total penjualan}}$$



## 2.2. *Tunneling Incentives*

### 2.2.1. *Pengertian Tunneling Incentives*

Definisi *tunneling* menurut Johnson *et al.* (2000) adalah pengalihan aset dan laba (sumber daya) keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Johnson *et al.* (2000) juga menyatakan bahwa *tunneling incentives* merupakan kegiatan dimana pemegang saham mayoritas dapat mentransfer sumber daya dari perusahaan dengan mudah untuk keuntungannya sendiri. Transaksi tersebut meliputi penjualan aset maupun kontrak seperti *transfer pricing* yang menguntungkan pemegang saham mayoritas. Menurut Claessens *et al.* (2002), *tunneling* muncul karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas.

Jian and Wong (2003) menyatakan ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, maka pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan pribadi dibandingkan membagikannya sebagai dividen. Contoh dari kegiatan *tunneling* adalah tidak membagikan dividen, memilih anggota keluarga yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan, serta melakukan penjualan aset perusahaan dengan harga yang lebih rendah kepada pemegang saham mayoritas atau kepada perusahaan yang berada di bawah kendalinya. Dampak yang timbul akibat dari adanya kegiatan *tunneling* menyebabkan pemegang saham minoritas seringkali dirugikan ketika harga transfer yang ada justru disalahgunakan untuk menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali sehingga

beban-beban yang ada dapat ditekan, yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan.

### **2.2.2. Pengukuran *Tunneling Incentives***

Menurut Marfuah dan Azizah (2014), *tunneling incentives* dapat diukur dengan menggunakan persentase kepemilikan saham, yaitu di atas 25% oleh perusahaan asing. Semakin tinggi kepemilikan saham oleh perusahaan asing, maka akan semakin tinggi juga kemungkinan perusahaan mengalihkan asetnya ke negara lain (*tunneling*) melalui metode *transfer pricing*. Begitu sebaliknya, semakin rendah kepemilikan saham oleh perusahaan asing, maka akan semakin rendah juga kemungkinan perusahaan mengalihkan asetnya ke negara lain (*tunneling*) melalui metode *transfer pricing* (berbanding lurus).

## **2.3. *Exchange Rate***

### **2.3.1. Pengertian *Exchange Rate***

*Exchange rate* atau kurs/nilai tukar menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 10 (revisi 2009) tentang Pengaruh Perubahan Nilai Tukar Valuta Asing merupakan rasio pertukaran untuk dua mata uang. Dalam pertukaran ini akan terjadi selisih yang dihasilkan dari pelaporan jumlah unit mata uang asing yang sama dalam mata uang pelaporan pada kurs yang berbeda. Sistem kurs valuta asing sangat tergantung dari sifat pasar, sehingga transaksi dengan mata uang asing akan menimbulkan terjadinya laba atau rugi selisih kurs, yang mana akan mempengaruhi laba atau rugi perusahaan. Perusahaan multinasional dalam kegiatan operasionalnya

melibatkan transaksi lintas negara, maka perusahaan tersebut tidak terlepas dari kurs mata uang asing ke mata uang rupiah. Dengan adanya *exchange rate* yang terus berfluktuasi, menyebabkan jumlah unit valuta negara asal menjadi berubah-ubah. *Exchange rate* yang berubah-ubah inilah yang dapat mempengaruhi laba dan arus kas yang dilaporkan oleh perusahaan.

*Exchange rate* juga tidak terlepas dari risiko yang muncul akibat dari adanya perubahan nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang lain, atau yang lazim disebut sebagai *exchange rate risk*. Perusahaan cenderung memanfaatkan skema *transfer pricing* untuk mengurangi *exchange rate risk* dengan cara memindahkan laba ke mata uang yang kuat (Chan *et al.*, 2004).

### 2.3.2. Pengukuran *Exchange Rate*

Menurut Marfuah dan Azizah. (2014) pengukuran *exchange rate* diproksikan dengan melihat perbandingan dari laba atau rugi selisih kurs dengan laba atau rugi sebelum pajak. Semakin tinggi laba rugi selisih kurs, maka semakin tinggi pula *exchange rate*. Begitu sebaliknya, semakin rendah laba rugi selisih kurs, maka semakin rendah pula *exchange rate* (berbanding lurus).

$$Exchange Rate = \frac{\text{laba rugi selisih kurs}}{\text{laba rugi sebelum pajak}}$$

## 2.4. Kerangka Konseptual

### 2.4.1. Teori Agensi

Menurut Jensen and Meckling (1976), teori agensi menggambarkan adanya hubungan kontrak antara *agent* (manajemen suatu usaha) dengan *principal* (pemegang saham). *Agent* memiliki wewenang untuk menjalankan kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan, sehingga *agent* akan lebih banyak mendapatkan informasi dibandingkan pemilik. Pemilik maupun *agent* diasumsikan mempunyai rasionalisasi ekonomi dan semata-mata untuk mengutamakan kepentingannya sendiri.

Suwardjono (2010) menjelaskan bahwa dalam teori keagenan, *agent* dianggap sebagai pihak yang ingin memaksimalkan kepentingan pribadinya, tetapi tetap selalu berusaha memenuhi kontrak. Kontrak dikatakan efisien apabila dapat mendorong pihak yang berkontrak untuk melaksanakan apa yang diperjanjikan tanpa terjadi perselisihan dan mendapat hasil yang paling optimal dari berbagai kemungkinan alternatif tindakan yang dilakukan oleh *agent*. Namun, pada kenyataannya sering terjadi konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* karena kedua pihak sama – sama ingin mendapat keuntungan maksimal. Dalam kaitan teori agensi dengan *transfer pricing* yaitu konflik perbedaan kepentingan yang terjadi antara *agent* dan *principal* tersebut dapat merugikan *principal* karena tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan, sehingga *principal* hanya memiliki akses informasi yang terbatas. Kewenangan dalam menjalankan operasional perusahaan yang diberikan kepada *agent* dapat membuat *agent* mengenyampingkan kepentingan dari pemegang

saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk mengurangi kewajibannya. Selain itu, pemegang saham mayoritas juga dapat mengendalikan manajemen untuk mencapai keuntungan pribadinya. Maka dari itu, dengan adanya teori agensi ini diharapkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent* dapat dikurangi dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat menyejajarkan perbedaan kepentingan yang terjadi.

## **2.5. Hubungan Antar Variabel**

### **2.5.1. Pengaruh *Tunneling Incentives* terhadap Perilaku *Transfer Pricing***

Menurut Claessens *et al.* (2002), *tunneling* muncul karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Johnson *et al.* (2000) juga menyatakan bahwa *tunneling incentives* merupakan kegiatan dimana pemegang saham mayoritas dapat mentransfer sumber daya dari perusahaan dengan mudah untuk keuntungannya sendiri. Transaksi tersebut meliputi penjualan aset maupun kontrak seperti *transfer pricing* yang menguntungkan pemegang saham mayoritas. Pemegang saham mayoritas memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap perusahaan dalam berbagai hal, misalnya akses informasi, pengawasan, dan pengendalian terhadap aktivitas bisnis perusahaan dibandingkan dengan pemegang saham minoritas sehingga menimbulkan adanya potensi pada pemegang saham mayoritas untuk terlibat jauh dalam pengelolaan perusahaan (Diyanty dkk., 2011). Pemegang saham pengendali juga dapat mengambil kebijakan seperti kebijakan kontraktual

dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa sehingga beban-beban yang ada dapat ditekan, yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan.

Transaksi dengan pihak berelasi dapat disalahgunakan sebagai tujuan oportunistis semata oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Pemegang saham mayoritas dapat mendorong perusahaan untuk melakukan *tunneling incentives* yang mana dapat memberikan keuntungan pribadi semata. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar *tunneling incentives* yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* melalui transaksi penjualan kepada pemegang saham mayoritas. Hal ini dikarenakan praktik *transfer pricing* merupakan salah satu cara yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan *tunneling*.

### **2.5.2. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap Perilaku *Transfer Pricing***

*Exchange rate* dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Sebab, *exchange rate* berpengaruh terhadap akuntansi perusahaan, yaitu untuk memasukkan transaksi yang berkaitan dengan mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan. Banyak perusahaan yang memanfaatkan perubahan nilai tukar untuk mengatur profitabilitas perusahaan.

*Exchange rate* juga tidak terlepas dari risiko yang muncul akibat dari adanya perubahan nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang lain, atau yang lazim disebut sebagai *exchange rate risk*. Oleh karena itu, sebagian besar perusahaan multinasional berupaya untuk mengurangi atau menghindari dari

adanya *exchange rate risk*. Perusahaan cenderung memanfaatkan skema *transfer pricing* untuk menghindari risiko tersebut dengan cara memindahkan laba ke mata uang yang kuat (Chan *et al.*, 2004).

## 2.6. Penelitian Terdahulu

### 2.6.1. Uraian Deskriptif

Chan *et al.* (2004) melakukan penelitian dengan judul “*Effects of Exchange Rates on International Transfer Pricing Decisions*”. Penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variabel dependen, serta menggunakan *exchange rates* dan *incentive compensation* sebagai variabel independen. Obyek dalam penelitian ini adalah 60 responden yang berlokasi di Hong Kong. Sedangkan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *exchange rates* dan *incentive compensation* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Lo *et al.* (2010) melakukan penelitian dengan judul “*Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting : An Empirical Analysis of The Transfer Pricing Behavior of Chinese-Listed Companies*”. Penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variabel dependen, serta menggunakan *tax consideration*, *bonus plan*, dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen. Obyek dalam penelitian ini adalah 283 Perusahaan yang terdaftar di CSMAR (*The China Stock Market and Accounting*) di tahun 2004. Sedangkan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini

menunjukkan hasil bahwa *tax consideration*, *bonus plan*, dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Marfuah dan Azizah (2014) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan”. Penelitian ini menggunakan keputusan *transfer pricing* sebagai variabel independen, serta menggunakan pajak, *tunneling incentives*, dan *exchange rate*, sebagai variabel independen. Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 – 2012. Sedangkan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Lain halnya dengan *exchange rate* yang hasilnya justru tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Alino and Lane (2015) melakukan penelitian dengan judul “*A Conceptual Model of the Effects of Taxation, Exchange Rate, and Regulations on the Transfer Pricing Behavior of Multinational Firm Managers*”. Penelitian ini menggunakan *transfer pricing behavior* sebagai variabel dependen, serta menggunakan *taxation*, *exchange rate*, dan *regulatory* sebagai variabel independen. Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan multinasional yang berbasis di Kanada dan USA. Sedangkan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *taxation*,



*exchange rate*, dan *regulatory* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Indriaswari and Aprilia (2015) melakukan penelitian dengan judul “*The Influence of Tax, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing Decision in Manufacturing Companies*”. Penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variabel dependen, serta menggunakan *tax*, *tunneling incentive*, dan *bonus mechanisms* sebagai variabel independen. Obyek dalam penelitian ini adalah 69 Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2014. Sedangkan alat uji yang digunakan adalah analisis regresi logistik biner. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *tax* dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan *bonus mechanism* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### 2.6.2. Tabel Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan kajian, yaitu :

**Tabel 2.1.**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Variabel	Obyek	Alat Uji	Hasil
Chan, C., Landry, S.P., and Jalbert, T. (2004)	Y = <i>Transfer Pricing</i> X1 = <i>Exchange Rates</i> X2 = <i>Incentive Compensation</i>	60 Responden yang berlokasi di Hongkong	Analisis regresi berganda	<i>Exchange rates</i> dan <i>incentive compensation</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .
Lo, A.W.Y., Wong, R.M.K., and	Y = <i>Transfer Pricing</i>	283 Perusahaan yang terdaftar di CSMAR ( <i>The China Stock Market</i> )	Analisis regresi berganda	<i>Tax consideration</i> , <i>bonus plan</i> , dan <i>tunneling incentive</i>

Firth, M. (2010)	X1 = <i>Tax Consideration</i> X2 = <i>Bonus Plan</i> X3 = <i>Tunneling Incentive</i>	and Accounting) di tahun 2004		berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .
Marfuah dan Azizah, A.P.N. (2014)	Y = Keputusan <i>Transfer Pricing</i> X1 = Pajak X2 = <i>Tunneling Incentive</i> X3 = <i>Exchange Rate</i>	84 Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 – 2012.	Analisis regresi logistik	<i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , sedangkan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Lain halnya dengan <i>exchange rate</i> yang tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>
Alino, N.U. and Lane S. (2015)	Y = <i>Transfer Pricing Behavior</i> X1 = <i>Taxation</i> X2 = <i>Exchange Rate</i> X3 = <i>Regulatory</i>	Perusahaan multinasional yang berbasis di Kanada dan USA	Analisis regresi berganda	<i>Taxation, exchange rate, dan regulatory</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .
Indriaswari, Y.N. and Aprilia, R. (2017)	Y = <i>Transfer Pricing</i> X1 = <i>Tax</i> X2 = <i>Tunneling Incentive</i> X3 = <i>Bonus Mechanisms</i>	69 Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012 – 2014	Analisis regresi logistik biner	<i>Tax dan tunneling incentive</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>bonus mechanism</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>

Sumber : Penelitian Terdahulu

## 2.7. Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1. Pengaruh *Tunneling Incentives* terhadap Perilaku *Transfer Pricing*

Johnson *et al.* (2000) menyatakan bahwa *tunneling incentives* merupakan kegiatan dimana pemegang saham mayoritas dapat mentransfer sumber daya dari perusahaan dengan mudah untuk keuntungannya sendiri. Transaksi tersebut meliputi penjualan aset maupun kontrak seperti *transfer pricing* yang menguntungkan pemegang saham mayoritas. Oleh karena itu, semakin besar *tunneling incentives* yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.* (2010), Marfiah dan Azizah (2014), serta Indriaswari and Aprilia (2017) memberikan hasil bahwa *tunneling incentives* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

**Ha<sub>1</sub> : *Tunneling incentives* berpengaruh positif terhadap perilaku *transfer pricing*.**

### 2.7.2. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap Perilaku *Transfer Pricing*

*Exchange rate* dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Sebab, *exchange rate* berpengaruh terhadap akuntansi perusahaan, yaitu untuk memasukkan transaksi yang berkaitan dengan mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan. Banyak perusahaan yang memanfaatkan perubahan nilai tukar untuk mengatur profitabilitas perusahaan. *Exchange rate* juga tidak terlepas dari risiko yang muncul akibat dari adanya

perubahan nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang lain, atau yang lazim disebut sebagai *exchange rate risk*. Sebagian besar perusahaan multinasional berupaya untuk mengurangi *exchange rate risk* tersebut. Perusahaan cenderung memanfaatkan skema *transfer pricing* untuk menghindari risiko tersebut dengan cara memindahkan laba ke mata uang yang kuat (Chan *et al.*, 2004). Oleh karena itu, semakin besar risiko nilai tukar yang terjadi, maka akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chan *et al.* (2004) serta Alino and Lane (2015) memberikan hasil bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) yang memberikan hasil bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

**Ha<sub>2</sub> : *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap perilaku *transfer pricing*.**