

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Agensi

Teori keagenan adalah sebuah teori yang berkaitan dengan hubungan antara prinsipal dan agen. Teori keagenan dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976). Dalam hal ini, hubungan ke agen merupakan sebuah kontrak antara satu atau dua orang lebih yang memperkerjakan orang lain untuk memberikan suatu jasa kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Hubungan antara manajemen perusahaan dengan pemegang saham dalam teori keagenan.

Teori keagenan memperlihatkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan kontrak antara pemegang sumber daya. Teori keagenan muncul untuk mengatasi masalah keagenan. Terdapat empat faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan, yaitu:

1. Moral Hazard, adalah perilaku seseorang saat risiko akibat tindakannya akan ditanggung oleh pihak lain.
2. Penahanan Laba. Masalah ini terjadi karena kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuatan, penghargaan atas dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.
3. Horizon Waktu, terjadi sebagai akibat dari kondisi arus kas. Kelebihan arus kas cenderung diinvestasikan dalam hal-hal yang tidak ada kaitannya dengan kegiatan utama perusahaan dimana prinsipal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti dan memiliki risiko tinggi, sedangkan manajemen cenderung menekankan pada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang mereka miliki dengan risiko yang lebih rendah.
4. Penghindaran Risiko Manajerial. Masalah ini muncul ketika ada batasan diverifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas

kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya.

Menurut teori keagenan, konflik antara prinsipal dan agen dapat dikurangi dengan mensejajarkan kepentingan antara prinsipal dan agen. Kehadiran kepemilikan saham oleh manajerial dapat digunakan untuk mengurangi *agency cost* yang berpotensi timbul, karena dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer merasakan langsung manfaat dari setiap keputusan yang diambilnya. Agen dapat melakukan kecurangan dalam perusahaan terutama dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan PSAK No. 7 Tahun 2010 pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pihak yang mempunyai kendali atas pihak lain atau pihak yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

Hubungan teori agensi dengan praktik harga transfer adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu cenderung fokus pada kepentingan dirinya sendiri sehingga timbul masalah-masalah keagenan yang dapat terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut dapat merugikan pihak prinsipal yang tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan sehingga prinsipal hanya memiliki akses informasi yang terbatas (Indriaswari, 2017).

Transaksi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa dilihat sebagai transaksi yang oportunitis dan dapat menyebabkan gesekan dengan pihak yang bertransaksi. Transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa dilakukan dengan penentuan harga transfer yang digunakan untuk tujuan memaksimalkan laba perusahaan. Apabila agen memanfaatkan asimetri informasi untuk mengelabui prinsipal dan memaksimalkan kepentingan pribadi melalui harga transfer, maka terdapat kemungkinan bahwa agen melakukan harga transfer dengan memanipulasi pajak atau transaksi dengan harga yang tidak wajar.

Teori agensi berkaitan dengan harga transfer dikarenakan adanya kepentingan manajer untuk mengoptimalkan kepentingannya dengan mengorbankan kepentingan prinsipal dalam hal ini adalah investor untuk menarik minat investor dalam berinvestasi di perusahaan serta terkait dengan tujuan yang ingin mendapat kompensasi bonus.

2.2 Harga Transfer

2.2.1 Pengertian Harga Transfer

Menurut Setiawan (2014) mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan harga transfer adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Desriana (2014) berpendapat bahwa harga transfer biasa disebut juga *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan).

Menurut Huberts (2014), istilah harga transfer juga sering dikonotasikan sebagai sesuatu yang tidak baik (*abuse of transfer pricing*), yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak (*taxation income*) dari suatu perusahaan multinasional ke negara-negara yang tarif pajaknya rendah dalam rangka mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan nasional tersebut. Harga transfer dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terkait dalam hubungan istimewa.

Harga transfer juga berfungsi sebagai sarana mengkomunikasikan tujuan kinerja organisasi, memotivasi usaha manajerial departemen dan mengevaluasi kinerja departemen (Terzioglu dan Inglis, 2011). Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga transfer ialah harga yang melekat pada produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan afiliasi.

Pengertian harga transfer dapat dibedakan menjadi dua yaitu pengertian yang bersifat netral dan pengertian yang bersifat *pejoratif*. Pengertian yang bersifat netral mengasumsikan bahwa harga transfer adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa motif pengurangan beban pajak. Sedangkan pengertian yang bersifat pejoratif mengasumsikan harga transfer sebagai upaya untuk menghemat beban pajak dengan taktik, antara lain menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya rendah (Suandy, 2016).

Menurut Suandy (2016) terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam harga transfer antara lain yaitu: memaksimalkan penghasilan global, mengamankan posisi kompetitif anak atau cabang perusahaan dan penetrasi pasar, mengevaluasi kinerja anak atau cabang perusahaan mancanegara, menghindari pengendalian devisa, mengurangi risiko moneter dan mengatur arus kas anak atau cabang perusahaan yang memadai.

2.2.2 Penentuan Harga Transfer

Penentuan dalam beberapa jumlah harga yang dihitung atas transfer barang dan jasa antar perusahaan dalam satu grup pada umumnya tergantung kepada kebijakan. Menurut Suandy (2016), terdapat empat dasar untuk penentuan harga transfer, dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penentuan harga transfer berdasarkan biaya. Harga transfer yang didasarkan pada biaya, dikenakan berdasarkan biaya produksi (*standard cost*). Cost basis biasanya dilakukan antar divisi pada tingkat yang sama pada aktivitas produksi dan distribusi (transfer horizontal). Basis ini digunakan apabila harga pasar tidak tersedia atau kurang tepat.
2. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar. Variasi dari basis ini dapat berkisar antar harga pasar yang berlaku (*current market price*) dan harga pasar dikurangi diskon (*market price minus discount*). Basis ini dipakai bila pasar perantara cukup bersaing dan saling ketergantungan antar unit.
3. Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi.

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa kedua divisi mempunyai posisi tawar menawar (*bargaining position*) yang sama. Penentuan harga didasarkan pada pemberian otoritas salah satu pihak untuk menentukan harga transfer, berdasarkan persetujuan kedua divisi. Namun hal ini akan memakan waktu negosiasi, mengulang pemeriksaan serta revisi harga transfer.

4. Penentuan harga transfer berdasarkan arbitrase.

Harga yang digunakan berdasarkan interaksi kedua divisi pada tingkat yang dianggap baik bagi kepentingan perusahaan, tanpa adanya paksaan dari salah satu divisi mengenai keputusan akhir penentuan harga.

Negara seperti Jerman, Inggris, Kanada dan Amerika Serikat mempunyai metode untuk menguji apakah harga transfer dari perusahaan multinasional sama dengan harga pasar wajar (*arm's length price*). Menurut *arm's length standard*, harga-harga pasar transfer seharusnya ditetapkan supaya dapat mencerminkan harga yang akan disusun oleh pihak-pihak yang tidak terkait yang bertindak secara bebas. *Arm's length standard* diterapkan dalam banyak cara, tetapi metode yang paling banyak digunakan adalah sebagai berikut (Suandy, 2016) :

1. Metode perbandingan harga antara pihak yang independen

Metode perbandingan ini adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding.

2. Metode harga penjualan kembali

Metode RPM ini adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak-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

Metode CPM adalah metode penentuan harga transfer 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. *Other Method*

Dalam keadaan tertentu, kombinasi ketiga metode diatas perlu diterapkan atau mungkin metode lain, misalnya alokasi laba yang diperoleh grup perusahaan dalam transaksi tertentu, kalkulasi tingkat keuntungan yang pantas pada investasi wajib pajak.

2.2.3 Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha

Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha merupakan prinsip yang mengatur tentang kondisi dalam transaksi yang dilakukan antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa sama dan sebanding dengan transaksi yang dilakukan antar pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa, untuk itu harga yang dikeluarkan harus sama dan sebanding antara harga untuk pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga untuk pihak yang tidak mempunyai hubungan apapun.

Prinsip kewajaran (*Arm's length principle*) adalah sebuah prinsip yang mengatur bahwa dalam hal kondisi transaksi afiliasi (ada hubungan istimewa) sama dengan kondisi transaksi independen yang menjadi pembanding, maka harga dan keberadaan transaksi afiliasi tersebut harus sama dengan harga dan keberadaan transaksi independen yang menjadi pembanding (Suandy, 2016). Prinsip

kewajaran dan kelaziman usaha diatur dalam pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Pajak Penghasilan yang merupakan salah satu pasal anti penghindaran pajak. Dalam ketentuan tersebut dijelaskan bahwa Direktur Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, dan metode biaya plus atau metode lainnya.

Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Pajak Penghasilan, menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa. PER-32/PJ/2011 memberikan pengertian prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*) merupakan prinsip yang mengatur bahwa apabila kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa yang menjadi pembanding, maka harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa harus sama dengan atau berada dalam rentang harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

2.2.4 Hubungan Istimewa

Hubungan istimewa terjadi antar induk perusahaan dengan anak perusahaan atau dengan cabang-cabangnya atau perwakilannya yang berada di dalam negeri atau yang berada di luar negeri atau di Indonesia. Dalam pasal 18 ayat (3), 3a, dan 4 Undang-Undang Pajak Penghasilan, yang menyatakan sebagai berikut (Suandy, 2016) :

1. Dirjen pajak berwenang menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa.
2. Dirjen Pajak berwenang melakukan perjanjian dengan wajib pajak dan bekerja sama dengan otoritas pajak negara lain untuk menentukan harga transaksi antar pihak yang mempunyai hubungan istimewa sebagaimana dimaksud dalam ayat 4, yang berlaku selama suatu periode tertentu dan mengawasi pelaksanaannya serta melakukan regenerasi setelah periode tertentu tersebut berakhir.
3. Hubungan istimewa dianggap ada apabila :
 - 1) Wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau
 - 2) Wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya atau dua atau lebih wajib pajak berada dibawah 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.

Hubungan istimewa tersebut dapat mengakibatkan kekurangwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Harga transfer tersebut dapat mengakibatkan terjadinya penggalan penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak yang lain, yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai tujuan istimewa baik nasional maupun multinasional, (Suandy, 2016). Kekurangwajaran harga tersebut dapat terjadi pada:

1. Harga penjualan

2. Harga pembelian
3. Alokasi biaya administrasi dan umum
4. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham
5. Pembayaran komisi, lisensi, waralaba, sewa, royalti, imbalan jasa manajemen, imbalan jasa teknik, dan imbalan jasa yang lain.

2.2.5 Transaksi Harga Transfer

Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dalam hal wajib pajak melakukan transaksi dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang merupakan wajib pajak dalam negeri atau bentuk usaha tetap di Indonesia, peraturan direktur jenderal pajak ini hanya berlaku untuk transaksi yang dilakukan oleh wajib pajak dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa untuk memanfaatkan perbedaan tarif pajak yang disebabkan antara lain:

1. Perlakuan pengenaan pajak penghasilan final atau tidak final pada sektor usaha tertentu.
2. Perlakuan pengenaan pajak penjualan atas barang mewah.
3. Transaksi yang dilakukan dengan wajib pajak kontraktor kontrak kerja sama migas.

2.3 Pajak

A. Pengertian Pajak

Para ahli dalam bidang perpajakan memberikan definisi yang berbeda-beda mengenai pajak. 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. Sedangkan menurut Pohan (2013) pajak adalah salah satu sumber pendapatan negara yang sangat penting bagi

pelaksanaan dan peningkatan pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Undang-Undang No. 16 Tahun 2009 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”.

Berdasarkan definisi-definisi pajak diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak ialah iuran yang dibayarkan kepada negara disesuaikan dengan kemampuan masing-masing wajib pajak yang sifatnya bisa dipaksakan dan dipergunakan untuk keperluan negara. Pajak mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaannya yang sifatnya dapat dipaksakan.
2. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
3. Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
4. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dan pemasukannya masih terdapat surplus, yang dipergunakan untuk membiayai investasi publik.

B. Jenis Pajak

Menurut Mardiasmo (2016), berdasarkan Golongannya:

- a. Pajak Langsung, pajak yang harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.
- b. Pajak Tidak Langsung, pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Berdasarkan Sifatnya:

- a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memerhatikan keadaan diri wajib pajak.
- b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya tanpa memerhatikan keadaan diri wajib pajak.

C. Asas Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2016) :

- a. Asas Domisili (asas tempat tinggal), Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan wajib pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam negeri atau dari luar negeri. Asas ini berlaku untuk wajib pajak dalam negeri.
- b. Asas Sumber, Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak.
- c. Asas Kebangsaan, pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara.

D. Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hasil diatas maka pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

- a. Fungsi Anggaran (Budgetair)

Menurut Pramana (2014), fungsi anggaran merupakan sebagai sumber pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak. Tabungan pemerintahan ini dari tahun ke tahun harus ditingkatkan sesuai kebutuhan pembiayaan pembangunan yang semakin meningkat dan ini terutama diharapkan dari sektor pajak.

- b. Fungsi Mengatur (Regulerend)

Menurut Pramana (2014), pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi dengan melalui kebijakan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat mencapai tujuan.

c. Fungsi Stabilisasi

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien (Pramana, 2014).

d. Fungsi Retribusi Pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Pramana, 2014).

Peraturan pajak berkaitan dengan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa:

- a. Harga transfer yang dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principle*).
- b. Metodologi harga transfer yang digunakan oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan praktik usaha yang lazim yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa.
- c. Wajib pajak yang bersangkutan dan perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan proporsi fungsinya dalam transaksi.
- d. Mendokumentasikan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, dalam penentuan harga transaksinya. Untuk itu wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi wajib menyiapkan dokumentasi yang memadai untuk membuktikan bahwa harga transfer yang dilakukan telah sesuai dengan *arm's length principle*.

2.3.1 Mekanisme Bonus

Indriawasri (2017) menjelaskan bahwa sebuah sistem penghargaan yang diberikan perusahaan pada direksi maupun karyawan yang efektif harus memenuhi beberapa hal, yaitu:

1. Memungkinkan direksi maupun karyawan untuk memenuhi kebutuhan dasar.
2. Memberikan imbalan yang sebanding dengan yang ditawarkan oleh perusahaan lain .
3. Didistribusikan secara adil dalam organisasi.
4. Mengakui bahwa yang berbeda memiliki kebutuhan yang berbeda.

Salah satu bentuk penghargaan yang diberikan perusahaan kepada direksi atau karyawan adalah bonus atau kompensasi.

Menurut Refgia (2017) Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Penentuan bonus yang diberikan tergantung pada kebijakan setiap perusahaan karena tidak ada ketentuan khusus yang mengatur mengenai bonus.

Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karna berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Irpan (2010) mengatakan bahwa mekanisme bonus dapat diartikan sebagai suatu proses pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan.

Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekaya laba, manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima. Dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen dibawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar.

Suatu sistem pemberian kompensasi atau bonus yang baik akan dapat memberikan kepuasan bagi karyawan dan sekaligus memungkinkan perusahaan untuk memperoleh, memperkerjakan, dan mempertahankan karyawannya. Bonus atau kompensasi menjadi salah satu faktor yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi tinggi rendahnya pegawai (Indriawasri, 2017).

Mengingat bahwa pemberian bonus kepada direksi, perusahaan melihat berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelola perusahaan dan melihat berdasarkan pada besarnya laba yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksi.

Prestasi kerja tersebut dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara objektif. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Maka adalah logis jika direksi berusaha melakukan tindakan dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Namun, sebagai akibat dari adanya praktik harga transfer, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau sub unit.

2.3.1 Kepemilikan Asing

Dalam pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 menyatakan bahwa penanam modal asing adalah perseorangan atau warga negara asing, badan usaha asing, dan atau pemerintah asing yang melakukan penanaman modal pada wilayah negara Republik Indonesia. Jumlah kepemilikan asing yang dimaksud merupakan ialah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing. Sedangkan total saham yang

beredar merupakan jumlah seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan (Anggraini, 2011). Semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka semakin besar pengaruh pemegang saham asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk dalam kebijakan penentuan harga, dimana kebijakan tersebut dapat menguntungkan pemegang saham asing. Pemegang saham asing dapat melakukan penjualan atau pembelian dengan harga yang tidak wajar kepada perusahaan pribadinya sehingga dapat menguntungkan dirinya sendiri.

Di Indonesia kepemilikan asing mengalami kenaikan yang sangat pesat pada dua dekade ini, sehingga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan pola kompetisi. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap keputusan terjadinya praktik harga transfer.

Dalam struktur kepemilikan terdapat dua jenis pemegang saham, yaitu pemegang saham pengendali dan pemegang saham non pengendali. Dalam penelitian mengenai harga transfer ini telah ditekankan terhadap adanya kepemilikan asing yang berkedudukan sebagai pemegang saham pengendali di perusahaan, karena harga transfer kebanyakan merupakan transaksi yang terkait dengan pihak asing. Pemegang saham pengendali dapat mempengaruhi kebijakan operasi perusahaan melalui manajemen yang mereka pilih, dan seringkali keputusan akan kebijakan perusahaan itu lebih berdasarkan pada kepentingan pemegang saham pengendali tetapi dapat merugikan pemegang saham yang nonpengendali.

Penggunaan hak kendali untuk memaksimalkan kesejahteraan pribadi dengan distribusi kekayaan dari pihak lain disebut ekspropriasi. Salah satu bentuk ekspropriasi adalah dengan cara harga transfer. Pemegang saham pengendali saling menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan ke perusahaan pribadinya dengan harga dibawah pasar. Dengan demikian, masalah keagenan antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham nonpengendali ini dapat mengurangi masalah keagenan antara manajemen dengan pemegang saham.

2.3.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya mengacu kepada pengelompokan perusahaan yang terdiri dari perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 46/M-DAG/PER/9/2009 mengelompokan ukuran perusahaan ada tiga yaitu :

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- dan maksimum Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- dan maksimum Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikelompokkan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik dari suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran besar/kecilnya suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan di dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar.

Skala perusahaan merupakan ukuran yang digunakan untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan melalui total aset perusahaan. Disisi lain ukuran perusahaan juga diukur melalui total penjualan, rata-rata tingkat penjualan. Surbakti (2012), mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva 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 lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen.

Ukuran perusahaan menunjukkan kestabilan dan kemampuan untuk melakukan aktivitas ekonominya, semakin besar suatu perusahaan maka semakin menjadi pusat perhatian dari pemerintah dan akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer perusahaan untuk berlaku patuh atau agresif dalam perpajakan.

2.3.3 Tunneling Incentive

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan (Wafiroh dan Hapsari, 2015). Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik sehingga terjadi konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas, kepemilikan saham di Indonesia cenderung terkonsentrasi menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan minoritas (Hartati, 2015).

Yuniasih (2013) menyebutkan bahwa *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. Yuniasih (2013) juga 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.

Tunneling dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih

rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual asset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer atau pihak terafiliasi (Andraeni, 2017).

Menurut Melani (2016) menyatakan bahwa sebagai salah satu upaya untuk mengurangi dan mencegah aktivitas tunneling, perusahaan seharusnya menerapkan mekanisme pengawasan yang efektif. Melalui pengawasan yang dilakukan oleh banyak pihak yang dinilai independen akan membatasi ruang lingkup yang seringkali digunakan pemegang saham pengendali untuk melakukan tunneling.

2.4 Penelitian Terdahulu

Ringkasan penelitian terdahulu dijelaskan sebagai berikut:

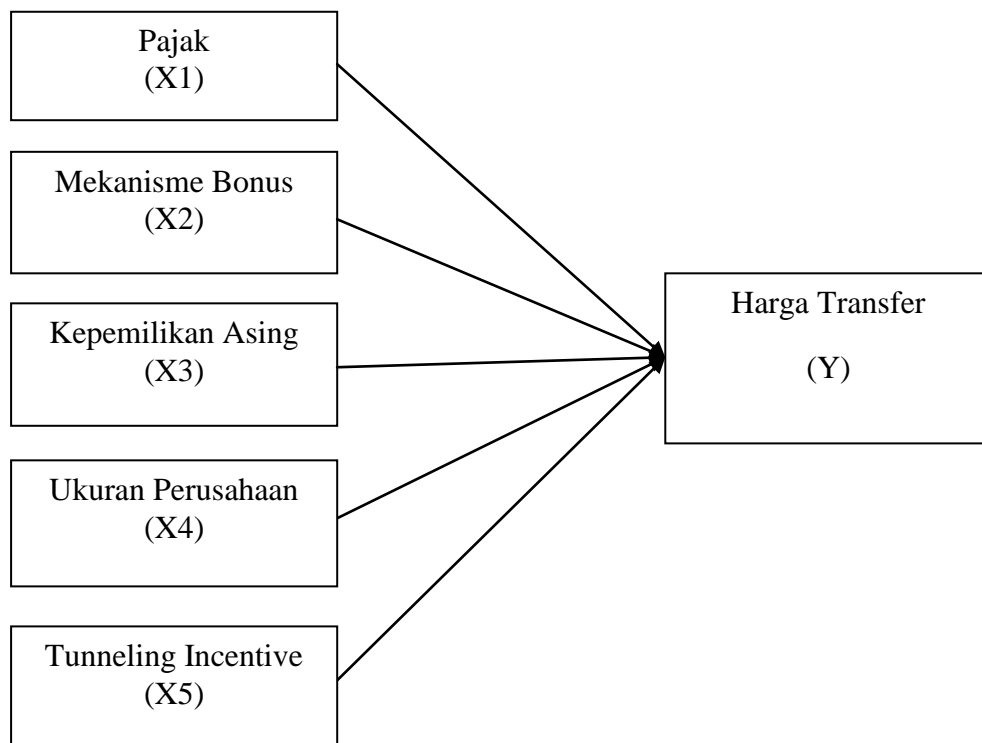
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Hartati (2014)	Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>transfer pricing</i> (studi empiris pada seluruh perusahaan yang listing di BEI)	Pajak & Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i>
2	Pramana (2014)	Pengaruh Pajak Penghasilan, <i>Bonus Plan</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , Dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan <i>transfer pricing</i>	Pajak, <i>tunneling incentive</i> , dan <i>debt covenant</i> berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan bonus tidak signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .
3	Wafiroh dan Hapsari (2015)	Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan <i>transfer pricing</i>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> , sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
4	Nurjanah	Faktor Determinan	Pajak, mekanisme bonus,

	(2015)	Keputusan Perusahaan Melakukan <i>transfer pricing</i>	dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> .
5	Saraswati dan Sujana (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>transfer pricing</i>	Pajak dan <i>tunneling Incentive</i> berpengaruh positif pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> .
6	Mayantya (2018)	Pengaruh <i>Tax Minimization</i> , Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, <i>Exchange Rate</i> , Dan Kualitas Audit Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2014-2016)	<i>Tax Minimization</i> dan Kualitas Audit berpengaruh positif pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, dan <i>Exchange Rate</i> tidak berpengaruh Terhadap Keputusan <i>transfer pricing</i> .

2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menguji mengenai faktor pengaruh pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer. Kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.6 Bangunan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Harga Transfer

Menurut Mardiasmo (2016) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional, dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi. Sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi cost perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan pajak adalah harga transfer. Menurut Kiswanto (2014), dalam harga transfer, perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*) yang dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup. Dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba.

Penelitian yang dilakukan Yuniasih, dkk (2012) menemukan adanya pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Pendapat tersebut mendukung hasil penelitian Nurjanah (2015) bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan rumusan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan harga transfer.

2.6.2 Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Harga Transfer

Menurut Hartati (2014) mekanisme bonus dapat diartikan sebagai suatu proses pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan. Dalam sebuah perusahaan, semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi di mata pemilik perusahaan. Dengan semakin baiknya citra para direksi di mata pemilik perusahaan atau para pemegang saham, karena dianggap memiliki kinerja yang baik terhadap perusahaan, maka dari itu pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaan dengan baik. Penghargaan yang diberikan kepada direksi perusahaan dapat berupa bonus. Penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh (2014) mengatakan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi harga transfer untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba perusahaan. Jadi bisa disimpulkan bahwa manajer/direksi akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan menggunakan praktik harga transfer untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

Pendapat tersebut mendukung hasil penelitian Nurjanah (2015) menunjukkan hasil bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer. Berdasarkan rumusan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer.

2.6.3 Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Keputusan Harga Transfer

Menurut Mayantya (2018), kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing. Struktur kepemilikan perusahaan timbul akibat adanya perbandingan jumlah pemilik saham dalam perusahaan. Di Indonesia struktur kepemilikan sahamnya cenderung terkonsentrasi, sehingga menimbulkan adanya pemegang saham saham

pengendali dan non pengendali. Struktur kepemilikan terkonsentrasi biasanya akan lebih mementingkan kesajahteraannya dengan membuat keputusan-keputusan yang dapat mendukung kepentingan para pemegang saham pengendali.

Pemegang saham pengendali juga memiliki posisi yang besar dalam mengendalikan manajemen perusahaan, sehingga hal ini dapat mempengaruhi keputusan-keputusan yang akan diambil perusahaan. Keputusan tersebut tentunya memberikan keuntungan bagi pemegang saham pengendali dan berkemungkinan akan merugikan pemilik saham non pengendali. Salah satu cara yang biasa digunakan oleh pemegang saham untuk melakukan penggunaan hak pengendali pemegang saham yaitu melalui transaksi dengan pihak berelasi.

Dalam penelitian Refgia (2017) yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap harga transfer. Berdasarkan rumusan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer.

2.6.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan Harga Transfer

Ukuran perusahaan merupakan penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan resiko investasi yang dilakukan (Pujiningsih, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pendapat tersebut mendukung penelitian Nurjanah (2015) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh terhadap keputusan melakukan harga transfer. Berdasarkan rumusan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer.

2.6.5 Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Keputusan Harga Transfer

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 (Nurlita, 2018). Dimana secara pengertian, *tunneling incentive* adalah pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham guna untuk meningkatkan laba perusahaan. Biasanya hal ini dilakukan dengan suatu pemegang saham atau perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2015), menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan kepada pemegang saham mayoritas daripada pembayaran dividen, hal tersebut karena perusahaan harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmanto (2018). Berdasarkan rumusan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: Tunneling Incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer.