

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Theory Agency

Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer.

Dalam teori keagenan (agency theory), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Hubungan antara principal dan agent dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (asymmetrical information) karena agent berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan principal. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya dapat mendorong agent untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, agent dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba.

Ahmed Riahi dan Belakaoui (2007:186) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017) mengatakan bahwa hubungan agensi dikatakan telah terjadi ketika suatu kontrak antara seorang prinsipal dan seorang agen untuk memberikan jasa demi kepentingan prinsipal termasuk melibatkan adanya pemberian delegasi kekuasaan pengambilan keputusan kepada agen. Baik prinsipal maupun agen diasumsikan untuk termotivasi hanya oleh kepentingan dirinya sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kegunaan subjektif mereka, dan juga menyadari kepentingan bersama mereka. Agen berjuang untuk memaksimalkan pembayaran kontraknya

yang bergantung pada suatu tingkat usaha tertentu yang dibutuhkan. Prinsipal berjuang untuk memaksimalkan pengembalian atas penggunaan sumber dayanya pada pembayaran yang terutang kepada agen. Konflik kepentingan ini diasumsikan akan dibawa ke dalam keadaan ekuilibrium oleh kontrak kesepakatan. Kontrak mengikat pihak-pihak yang terlibat untuk setuju atas serangkaian perilaku yang kooperatif mengingat adanya motif-motif yang mendahulukan kepentingan diri sendiri. Ada dua alasan yang dapat mengarah pada terjadinya divergensi antara kepentingan diri sendiri dengan perilaku yang kooperatif yaitu:

a. Seleksi yang Merugikan (*Adverse Selection*)

Seleksi yang merugikan sebagai suatu masalah informasi, timbul ketika agen menggunakan informasi khusus yang tidak dapat diverifikasi oleh prinsipal untuk mengimplementasikan dengan sukses suatu aturan input-tindakan yang berbeda dengan yang diinginkan oleh prinsipal, dan karenanya menyebabkan principal tidak mampu menentukan apakah si agen telah membuat pilihan yang tepat.

b. Risiko Moral (*Moral Hazard*)

Risiko moral sebagai suatu masalah informasi *ex-post*, timbul ketika terdapat masalah motivasional dan konflik sebagai akibat dari mendasarkan kontrak kesepakatan pada perilaku pengganti yang tidak sempurna, dalam hal ini agen tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati dalam kontrak kerja.

Masalah keagenan muncul dikarenakan tindakan oportunistik yang dilakukan manajer selaku *agent* yaitu tindakan manajemen untuk mensejahterakan kepentingan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham (*principal*). Terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan antara agen dan principal, dimana kedua pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran sesuai yang masing-masing mereka kehendaki (Herman, 2013).

Menurut Colgan (2001) dalam Aviandika Heru Pramana (2013) Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan yaitu:

1. Moral Hazard

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi), dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2. Penahanan Laba (Earnings Retention)

Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

3. Horison Waktu

Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dengan mana prinsipal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4. Penghindaran Risiko Manajerial

Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Dalam upaya mengatasi atau mengurangi masalah keagenan ini menimbulkan biaya keagenan (agency cost) yang akan ditanggung baik oleh principal maupun agent. Jensen & Meckling (1976) dalam Heru P, Aviandika (2014) membagi biaya keagenan ini menjadi monitoring cost, bonding cost dan residual loss. Monitoring cost adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh principal untuk memonitor

perilaku agent, yaitu untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku agent. Bonding cost merupakan biaya yang ditanggung oleh agent untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agent akan bertindak untuk kepentingan principal. Selanjutnya residual loss merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran principal sebagai akibat dari perbedaan keputusan agent dan keputusan principal.

2.2 Transfer Pricing

2.2.1 Teori Transfer Pricing

Transfer Pricing (penentuan harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* tersebut sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya istilah transfer pricing sering kali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu group.

Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* dalam Fitri Damayanti (2017:32) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota group dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang sesuai bagi groupnya.

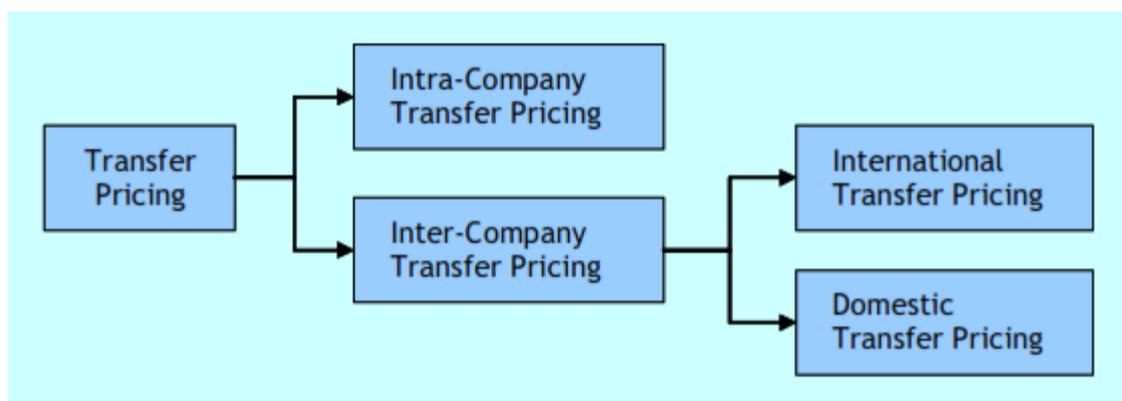
Sedangkan *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di dalam aturan ini disebutkan pengertian *arm's length principle* yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar.

Sedangkan menurut Hadi Setiawan (2013) Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksifinansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam transferpricing, yaitu intra-company dan

inter-company transfer pricing. Intra-company transfer pricing merupakan transfer pricing antardivisi dalam satu perusahaan. Sedangkan intercompany. *Transfer pricing* adalah suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisial, membuat seolah – olah perusahaan rugi, menghindari pajak atau bea di suatu negara.

Transfer pricing merupakan dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (domestic transfer pricing), maupun dengan negara yang berbeda (international transfer pricing).

Gambar 2.1 Pembagian Transfer Pricing



Dari gambar 2.1 dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian di atas merupakan pengertian yang netral, walaupun sering sekali istilah transfer pricing dikonotasikan dengan sesuatu yang tidak baik (sering disebut abuse of transfer pricing), yaitu suatu pengalihan penghasilan dari suatu perusahaan dalam suatu negara dengan tarif pajak yang lebih tinggi ke perusahaan lain dalam satu grup di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah sehingga mengurangi total beban pajak group perusahaan tersebut. Eden (2001) dalam Darussalam dan Sepriadi (2008) mengistilahkan transfer pricing manipulation dengan suatu kegiatan untuk memperbesar biaya atau merendahkan tagihan yang bertujuan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Manipulasi harga yang dapat dilakukan dengan transfer pricing antara lain manipulasi pada:

- a. Harga penjualan;
- b. Harga pembelian;
- c. Alokasi biaya administrasi dan umum atau pun pada biaya overhead
- d. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham
- e. Pembayaran komisi, lisensi, franchise, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik, dan imbalan atas jasa lainnya
- f. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar;
- g. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunyai substansi usaha (seperti: dummy company, letter box company atau re-invoicing center).

Tujuan transfer pricing Menurut Tri Marta Chandraningrum (2009:4) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017:34) Ada tiga tujuan penting dari penentuan harga transfer internasional yaitu:

- 1) Mengelola beban pajak mendominasi tujuan lainnya, tetapi penggunaan operasional penentuan harga transfer seperti mempertahankan posisi daya saing perusahaan.
- 2) Mempromosikan evaluasi kinerja yang setara.
- 3) Memberikan motivasi kepada karyawan.

Jadi, dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama, atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

2.2.2 Metode *Transfer Pricing*

Transfer Pricing terjadi akibat adanya suatu transaksi yang terjadi antara pihak penjual dan pembeli dengan kesepakatan yang telah ditentukan. *Transfer pricing* bisa terjadi dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa ataupun terjadi

dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Sesuai dengan *arm's length principle* transaksi yang terjadi kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa harus diungkapkan didalam laporan keuangan yaitu dengan adanya pengungkapan terjadinya penjualan dan pembelian terhadap pihak berelasi.

Transfer pricing memiliki beberapa metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan transfer pricing, yaitu:

a. Metode perbandingan harga (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)

Metode ini membandingkan harga transaksi dari pihak yang ada hubungan istimewa tersebut dengan harga transaksi barang sejenis dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (pembanding independen), baik itu internal CUP maupun eksternal CUP. Metode ini sebenarnya merupakan metode yang paling akurat, tetapi yang sering menjadi permasalahan adalah mencari barang yang benar-benar sejenis.

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

Metode ini digunakan dalam hal Wajib Pajak bergerak dalam bidang usaha perdagangan, di mana produk yang telah dibeli dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa dijual kembali (resale) kepada pihak lainnya (yang tidak mempunyai hubungan istimewa). Harga yang terjadi pada penjualan kembali tersebut dikurangi dengan laba kotor (mark up) wajar sehingga diperoleh harga beli wajar dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

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

Metode ini 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. Umumnya digunakan pada usaha pabrikasi.

d. 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*).

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

Metode ini dilakukan dengan membandingkan persentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap 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.

2.2.3 Peraturan dan Cara Menentukan Hubungan Istimewa dalam *Transfer Pricing*

Peraturan tentang transfer pricing secara umum diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali 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 (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya. Hubungan istimewa dikatakan terjadi jika (i) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung maupun tidak langsung paling rendah 25% pada Wajib Pajak lain; (ii) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih

Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (iii) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

Aturan lebih lanjut dan detail tentang transfer pricing termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di dalam aturan ini disebutkan pengertian *arm's length principle* yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar. Dalam Peraturan Dirjen Pajak ini juga diatur bahwa *arm's length principle* dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah: (i) melakukan analisis kesebandingan dan menentukan pembandingan; (ii) menentukan metode penentuan harga transfer yang tepat; (iii) 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 (iv) mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan Harga Wajar atau Laba Wajar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Sebelum membuktikan adanya transfer pricing untuk penghindaran pajak, pertama harus dibuktikan terlebih dahulu bahwa para pihak terdapat hubungan istimewa. Ketentuan perpajakan masing-masing negara mungkin berbeda dalam menentukan kriteria hubungan istimewa. Ada beberapa kriteria yang dapat sebagai dasar penentuan hubungan istimewa, antara lain:

1. Hubungan Istimewa Menurut Undang-Undang PPh

Hubungan istimewa menurut UU PPh dapat terjadi karena factor kepemilikan/penyertaan modal, penguasaan maupun hubungan keluarga. Kepemilikan/penyertaan modal mengakibatkan hubungan istimewa jika wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lainnya, atau hubungan antara wajib pajak dengan

penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir.

2. Hubungan Istimewa Menurut Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B)

Pada model P3B menyatakan bahwa hubungan istimewa timbul dalam hal berikut:

- a. suatu perusahaan dan suatu negara pihak pada persetujuan, baik secara langsung maupun tidak langsung turut serta dalam manajemen, pengawasan atau modal suatu perusahaan dari negara pihak pada persetujuan lainnya.
- b. Orang dan badan yang sama, baik secara langsung ataupun tidak langsung turut serta dalam manajemen, pengawasan atau modal suatu perusahaan di negara pihak pada persetujuan dan suatu perusahaan serta negara pihak lainnya pada persetujuan modal P3B tidak menyebut secara jelas besarnya penyertaan modal. Dengan demikian penyertaan modal yang dianggap menimbulkan hubungan istimewa tunduk pada undang-undang domestic masing-masing negara.

3. Hubungan Istimewa Menurut Standar Akuntansi Keuangan

Menurut pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) no.7, pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional.

2.3 Tax Minimization

pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 ayat 1 berbunyi 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.

Namun terkadang manajer dalam perusahaan selalu berusaha untuk meminimalisir pembayaran pajak dengan cara-cara yang tidak baik. Seperti halnya meminimalisir pajak dengan menambahkan beban-beban yang dalam perhitungan pajak tidak

termasuk dalam pengurangan dalam laba rugi, sehingga semakin banyak beban yang dikurangkan maka akan menghasilkan laba yang kecil. Dimana laba adalah dasar dari pembayaran pajak. Jadi semakin kecil laba yang dihasilkan perusahaan, maka perusahaan akan membayar pajak dengan jumlah yang kecil.

Sedangkan menurut penelitian Pajak adalah iuran kepada negara yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan – peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran – pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan (Waluyo, 2011: 2).

2.4 Tunneling Incentive

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

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan (Johnson, 2000 dalam Wafiroh dan Hapsari, 2015:161). 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 (La Porta dkk., 2000 dalam Hartati dkk., 2015:3).

Wafiroh dan Hapsari (2015:161) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017:38) mengatakan bahwa *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 (pihak terafiliasi).

Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur

kepemilikan terkonsentrasi (Mutamimah, 2008 dalam Aviandika Heru Pramana 2014). Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer. Manajer lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham.

Dalam struktur kepemilikan ini, pemegang saham secara umum tidak bersedia melakukan monitoring, karena mereka harus menanggung seluruh biaya monitoring dan hanya menikmati keuntungan sesuai dengan proporsi kepemilikan saham mereka. Jika semua pemegang saham berperilaku sama, maka tidak akan terjadi pengawasan terhadap manajemen. Dengan demikian, konflik keagenan yang terjadi pada struktur kepemilikan tersebar adalah konflik keagenan antara manajer dengan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Aviandika Heru Pramana 2014).

Pemegang saham mayoritas pada struktur kepemilikan terkonsentrasi, seperti Jepang, Eropa, dan sebagainya, dapat melakukan monitoring dan kontrol terhadap manajemen perusahaan, sehingga berpengaruh positif pada kinerja perusahaan. Namun, di negara-negara berkembang seperti Indonesia dan negara Asia lainnya, struktur kepemilikan terkonsentrasi yang secara umum didominasi oleh keluarga pendiri, serta lemahnya perlindungan terhadap pemegang saham minoritas menimbulkan konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Kondisi ini menyatakan bahwa konflik keagenan yang utama di Indonesia adalah konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas.

2.5 Exchange Rate

Menurut Hanafi (2010) dalam Mulyani (2014) mengatakan bahwa harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) mata uang tersebut.

Secara teoritis menurut teori Irving Fisher oleh Hamdy Hady (2006), nilai tukar mata uang suatu negara akan dapat stabil bila terdapat keseimbangan perkembangan antara sektor moneter (MV) dan secara sektor riil (PT).

Krisis moneter di suatu negara biasanya akan muncul karena pemerintah di negara sedang berkembang, lebih banyak dan mudah untuk menggunakan kebijakan instrument sektor moneter dari pada kebijakan instrument sektor riil. Sedangkan perubahan nilai tukar riil akan menyebabkan perubahan harga relatif (yaitu perubahan perbandingan antara harga barang domestik dengan harga barang luar negeri). Dengan demikian perubahan tersebut mempengaruhi daya saing barang domestik.

Menurut Goeltom dan Zulverdi (1998:73) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017) penentuan sistem nilai tukar merupakan suatu hal penting bagi perekonomian suatu negara karena hal tersebut merupakan satu alat yang dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengisolasi perekonomian suatu negara dari gejolak perekonomian global. Pada dasarnya kebijakan nilai tukar yang ditetapkan suatu negara mempunyai beberapa fungsi utama yaitu:

- 1) Mempertahankan keseimbangan neraca pembayaran, dengan sasaran akhir menjaga kecukupan cadangan devisa.
- 2) Menjaga kestabilan pasar domestik.
- 3) Sebagai instrumen moneter khususnya bagi negara yang menerapkan suku bunga dan nilai tukar sebagai sasaran operasional kebijakan moneter.

nilai tukar atau disebut juga kurs valuta dalam berbagai transaksi ataupun jual beli valuta asing, dikenal ada empat jenis, yaitu:

1. Selling rate (kurs jual), yaitu kurs yang ditentukan oleh suatu bank untuk penjualan valuta asing tertentu pada saat tertentu.
2. Middle rate (kurs tengah), yaitu kurs tengah antara kurs jual dan kurs beli valuta asing terhadap mata uang nasional, yang ditetapkan oleh Bank Central pada suatu saat tertentu.
3. Buying rate (kurs beli), yaitu kurs yang ditentukan oleh suatu bank untuk pembelian valuta asing tertentu pada saat tertentu.

4. Flat rate (kurs flat), yaitu kurs yang berlaku dalam transaksi jual beli bank notes dan traveler cheque, di mana dalam kurs tersebut telah diperhitungkan promosi dan biaya lain-lain.

2.6 Mekanisme Bonus

Menurut Suryatiningsih *et al.*, 2009 dalam Winda Hartati dkk(2015), mekanisme bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik.

Sehingga hal ini juga dapat memungkinkan terjadinya suatu kegiatan *Transfer Pricing* yang akan mengakibatkan kenaikan laba, dimana laba perusahaan adalah sebagai alat dasar untuk pembagian bonus. Oleh karena itu, semakin besar korelasi antara laba dan efek tindakan manajer tertentu terhadap nilai perusahaan, semakin cenderung rencana bonus berbasis laba digunakan untuk memberikan reward pada manajer (Gayatrie, 2014:204). Merujuk kepada pendapat Horngren (2008: 428) dalam Winda Hartati dkk (2015), yang menyebutkan bahwa kompensasi bonus dilihat berdasarkan tim bervariasi di berbagai divisi dalam satu organisasi. Sebagai tim perusahaan maka harus bersedia untuk saling membantu. Jadi bonus direksi tidak didasarkan pada laba subunit namun berdasarkan pada kebaikan dan laba perusahaan secara keseluruhan.

Menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25%, karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang. Jika manajemen melakukan pengelolaan laba secara oportunistik, maka informasi laba tersebut dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang salah bagi investor (Kane dkk., 2005 dalam Wafiroh dan Hapsari, 2015:161).

2.7 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dari penelitian ini maka peneliti tidak lupa untuk melihat penelitian terdahulu antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Syarah Sefty Andraeni (2017)	Pengaruh <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)	Variabel <i>exchange rate</i> dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan, Mekanisme bonus menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> .
Kenneth J. Klassen, Petro Lisowsky, Devan Mescall (2017),	<i>Transfer Pricing : Strategies, Practice, and Tax Minimization</i>	perusahaan yang berfokus dalam meminimalisasi pajak mempunyai <i>effective tax rate</i> 6.6% lebih rendah dan mempunyai \$43 million dalam penghematan pajak. Penelitian ini juga menemukan bahwa apabila ketika tingginya pendapatan luar negeri, penggunaan <i>tax haven</i> , dan pengendalian <i>research and development activity</i> diatur sedemikian rupa dengan <i>tax minimization</i> strategi maka akan akan menghasilkan hasil

		yang memuaskan bagi perusahaan.
Winda Hartati, Desmiyawati, dan Julita (2015)	<i>Tax Minimization, Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Seluruh Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia	<i>Tax minimization, tunneling incentive</i> , dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
Christian Plesner Rossing (2013)	Mengenai <i>Tax strategy control: The case of transfer pricing tax risk management</i>	perusahaan multinasional cenderung melakukan pengendalian terhadap pembayaran pajak melalui pengendalian harga dengan mekanisme <i>transfer pricing</i> dan fungsi <i>tax strategy</i> mempengaruhi 4 elemen dalam <i>levers of control</i> yang mensugesti manajemen untuk melakukan pengaturan terhadap perpajakan
Mark Cecchini, Robert Leitch, Caroline Strobel (2013)	<i>Multinational Transfer Pricing : A Transaction Cost and Resource Based View</i>	Framework TCE dan RBV mensugesti untuk mengatur kebijakan mengenai transfer pricing lebih mendalam untuk dapat menghadapi permasalahan yang lebih kompleks serta terkait satu sama lain atau bahkan permasalahan yang bersifat ganjil/aneh.
Marfuah dan Andi Puren Noor Azizah (2014)	Pengaruh pajak, <i>tunneling incentive</i> , dan <i>exchange rate</i> pada keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> dan <i>exchange rate</i> pada penelitian ini menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan.

Ni Wayan Yuniasih : dkk (2012)	Pengaruh pajak dan <i>tunneling incentive</i> terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>	pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan skema <i>transfer pricing</i> .
--------------------------------	--	--

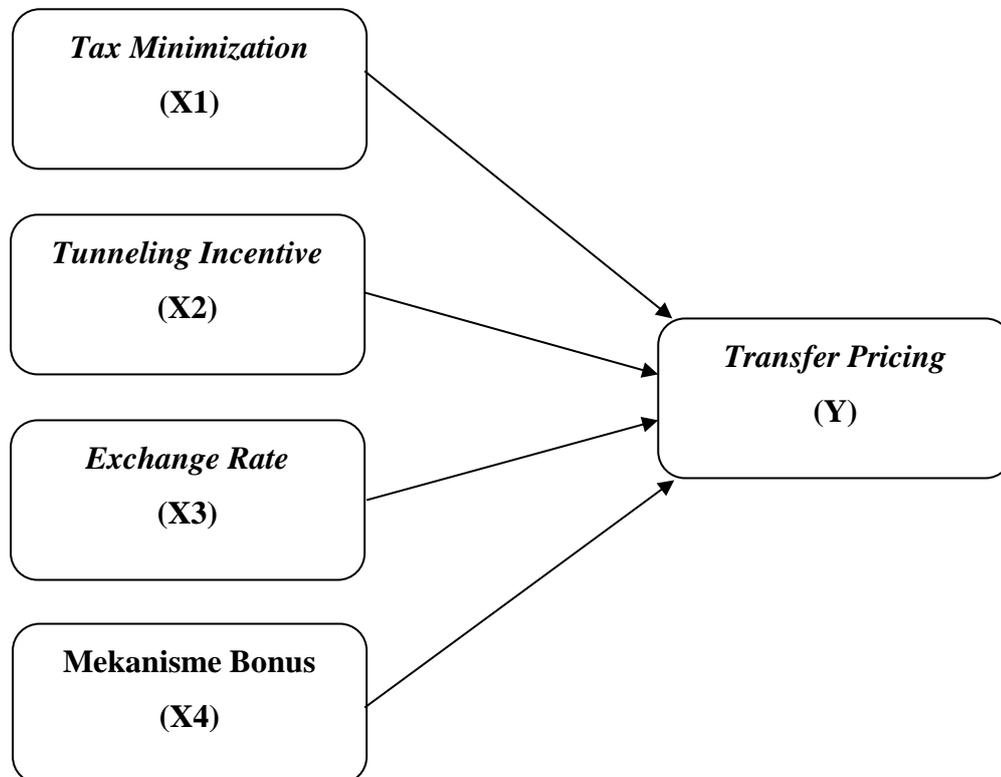
2.8 Kerangka Pemikiran

Menurut Erlina (2013) “kerangka konseptual merupakan model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu”. Hubungan yang dijelaskan adalah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh *tax minimization*, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus terhadap kegiatan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdapat pada BEI tahun 2014-2016. Variabel-variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah *tax minimization*, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus. Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan di atas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual pada gambar 2.2.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 2017

2.9 Hipotesis

2.9.1 Hubungan *Tax Minimization* terhadap *Transfer Pricing*

Tax minimization adalah cara untuk meminimalisir pembayaran pajak yang akan dilakukan oleh suatu entitas tertentu. Jika suatu entitas tertentu tersebut dapat meminimalisir pembayaran pajak, maka secara tidak langsung entitas tersebut dapat menaikkan laba. *Tax minimization* merupakan strategi untuk meminimalkan beban pajak terutang melalui tindakan transfer biaya dan akhirnya transfer pendapatan ke negara dengan tarif pajak rendah. *Tax minimization* dalam penelitian ini diprosikan dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense* dibagi dengan laba kena pajak (Bernard *et al.*, 2006).

Menurut Gusnardi (2009) dalam Winda Hartati dkk (2015), menyebutkan bahwa perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan kewajiban pajak perusahaan secara global. Dimana hal ini mengakibatkan

perusahaan sering melakukan praktek *transfer pricing* dalam kegiatan multinasional mereka untuk meningkatkan laba perusahaan sehingga pihak perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih dari pengurangan pajak akibat *transfer pricing*. Hal ini sering terjadi, terutama pada perusahaan yang berbasis multinasional atau perusahaan yang memiliki anak cabang di berbagai Negara. Dengan kegiatan meminimalisir kewajiban pajak, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih.

Menurut Hartati (2014), besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak yang rendah. Sehingga semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*, maka akan semakin tinggi perusahaan melakukan *tax minimization* dan pajak yang dibayarkan akan semakin kecil. Berdasarkan penemuan dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Tax minimization* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.9.2 Hubungan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Ni Wayan Yuniasih dkk. (2012:4) mengatakan bahwa salah satu munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas salah satunya adalah lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas. Hal ini biasa dilakukan guna untuk memenuhi kepentingan pribadi perusahaan agar perusahaan memiliki laba yang cukup besar dan mengurangi pembagian deviden pada pemegang saham minoritas.

Menurut Sansing (1999) dalam Winda Hartati dkk (2015) , 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 kecil atau minoritas. Hal ini

adalah salah satu faktor terjadinya kegiatan *transfer pricing* yang dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. 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. 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 (Winda Hartati dkk., 2015). Menurut Ni Wayan Yuniasih dkk. (2012), menyebutkan bahwa kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi, sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Ni Wayan Yuniasih dkk. (2012) dan Winda Hartati dkk (2015) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Maka dari itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.9.3 Hubungan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Exchange Rate biasa dilakukan oleh perusahaan untuk menambah laba atau keuntungan dalam laporan keuangan dengan cara pertukaran dengan mata uang asing. Menurut Marfuah dkk (2013:4) *Exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Selain itu Marfuah dkk. (2013:157) mengatakan karena perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Hal ini tentu mengakibatkan suatu perusahaan dalam pembelian

bahan baku di Negara lain menjadi berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga pokok.

Menurut Goeltom dan Zulverdi (1998:73) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017:36) mengatakan bahwa penentuan sistem nilai tukar merupakan suatu hal penting bagi perekonomian suatu negara karena hal tersebut merupakan satu alat yang dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengisolasi perekonomian suatu negara dari gejolak perekonomian global. Hal ini juga sangat mempengaruhi suatu perusahaan didalam Negara tersebut, sehingga terkadang perusahaan didalam Negara tersebut melakukan kegiatan *transfer pricing* yang berguna untuk mengamankan laba dari perusahaan. Biasanya mereka melakukan *transfer pricing* dengan membayar pajak pada salah satu Negara yang memiliki tariff pajak paling murah.

Penelitian yang dilakukan oleh Canri Chan, Landry dan Terrace (2003) menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dan hal tersebut sejalan dengan perumusan hipotesis. Selain itu juga dalam penelitian Syarah Sefty Andraeni (2017), menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Canri Chan, Landry, dan Terrace (2003) serta Syarah Sefty Andraeni (2017) terdapat perbedaan signifikansi mengenai pengaruh *exchange rate* sehingga perlu diuji kembali. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: *Exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.9.4 Hubungan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Dalam melakukan tugasnya, para direksi cenderung ingin memperlihatkan kinerja yang sebaik mungkin guna mengambil hati para pemilik perusahaan atau pemegang saham. Hal ini biasanya dilakukan oleh para direksi dengan memperlihatkan laba yang tinggi pada laporan keuangan. Bila laba perusahaan tinggi, maka biasanya para pemilik perusahaan atau pemegang saham akan memberikan bonus kepada para direksi.

Menurut Winda Hartati dkk (2015:10), pemilik tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang berhasil menghasilkan laba untuk divisi atau subunitnya, namun juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren (2008: 429), yang menyebutkan bahwa kompensai direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Menurut Purwanti (2008:434) dalam Syarah Sefty Andraeni (2017:39) menegaskan bahwa skema bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada eksekutif perusahaan, maka adalah logis bila manajer yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba untuk memaksimalkan remunerasinya serta hal tersebut menyangkut pula kesejahteraan para eksekutif di internal perusahaan. Dalam kondisi seperti ini, maka biasanya manajer dalam perusahaan akan berusaha mencari cara agar perusahaan tersebut mendapatkan laba yang besar. Sehingga terkadang manajer melakukan praktek *transfer pricing* didalam mencari atau mendapatkan laba yang besar.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut terdapat *inconsistency* mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* sehingga perlu diuji Penelitian yang dilakukan oleh Ika Nurjanah dkk. (2015) dan Winda Hartati dkk. (2015) menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut terdapat *inconsistency* mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* sehingga perlu diuji kembali. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.