

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Teori Agensi

Teori agensi menurut Jensen & Meckling, (1976) “*Agency relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent*”. Maksudnya teori agensi merupakan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan principal (pemegang saham). Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (principal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama principal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. Namun sebaliknya teori keagenan juga dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Konflik antar kelompok atau *agency conflict* merupakan konflik yang timbul antara pemilik. Dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan.

Faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan diungkapkan McColgan, (2001) 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 berkaitan dengan 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 principal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya lebih 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 dalam perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

#### 2. Teori Stakeholder

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:413) Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan adanya teori stakeholder ini akan mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan laporan tahunan secara transparan karena ada tanggung jawab yang ditanggung perusahaan kepada pihak lain agar kegiatan operasional perusahaan tetap bisa berjalan.

Menurut Dylan Trotsek, (2017) Teori stakeholder juga menjelaskan perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada stakeholdernya saja tetapi juga pihak luar yang menunjang keberlangsungan perusahaan yaitu pemerintah dan lingkungan sosial atau masyarakat, usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan

masyarakat yaitu dengan melakukan kegiatan CSR. Apabila perusahaan semakin banyak mengungkapkan kegiatan CSR kepada publik maka perusahaan tersebut dapat disebut sebagai perusahaan yang peduli lingkungan, maka seharusnya perusahaan juga bertanggung jawab pada pihak pemerintah dengan membayar pajak sesuai ketentuan perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal. (N. B. Nugraha & Meiranto, 2015)

### 3. Transfer Pricing

*Transfer pricing* dalam bahasa Indonesia artinya harga transfer. Menurut Pohan (2018: 200) *Transfer pricing* merupakan harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi didasarkan atas prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*).

Menurut Suandy (2014) Pengertian transfer pricing dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pengertian bersifat netral dan bersifat peyoratif-negatif. Pengertian netral mengasumsikan bahwa harga transfer adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa pengurangan beban pajak. Sedangkan pengertian peyoratif mengasumsikan bahwa harga transfer sebagai upaya untuk

menghemat beban pajak dengan taktik, antara lain menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah.

Sedangkan Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak penghasilan yang melakukan praktik *transfer pricing* salah satunya adalah antara pihak yang memiliki hubungan istimewa. Didalam pasal 18 ayat (4) nomor 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan yaitu : hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau pengusahaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25 persen atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25 persen atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* adalah sebuah kebijakan perusahaan untuk menentukan harga jual baik barang, jasa atau harta tidak berwujud yang dipakai khusus dalam pertukaran antar divisi atau anak perusahaan yang berada diluar Negeri.

Ada 3 tujuan penting dari penentuan harga transfer internasional menurut Tri Marta Chandraningrum (2009: 4) 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

Pengukuran *transfer pricing* menurut (Ramadhan & Kustiani, 2017) dapat diukur dengan pendekatan *sum-score* untuk menghitung agresivitas *transfer pricing* dengan cara menjumlahkan indikator-indikator yang tersedia dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan perusahaan. Dalam penelitiannya adapun indikator-indikator pendekatan *sumscore* adalah sebagai berikut :

1. Adanya pinjaman tanpa bunga antar pihak-pihak berelasi;
2. Adanya pembebasan utang/piutang dari/kepada pihak berelasi;
3. Adanya pencadangan penurunan nilai/penyisihan piutang tak tertagih atas utang/piutang antar pihak berelasi;
4. Adanya provisi non-moneter berupa jasa, aset tidak lancar, atau sewa antar pihak-pihak berelasi;
5. Ketidakberadaan dokumentasi formal yang dapat menunjukkan pemilihan dan pengaplikasikan metode *transfer pricing* atau ketidakberadaan dokumentasi formal terkait dengan *transfer pricing* antar pihak berelasi;
6. Adanya pelepasan/pembelian aset tidak lancar dari/kepada pihak berelasi;
7. Ketidak beradaan justifikasi mengenai kewajaran transaksi antara pihak berelasi dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan.

#### 4. Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan pengaruh kombinasi likuiditas, manajemen asset dan utang atas hasil operasi. (Brigham & Houston 2017: 139)

Profitabilitas merupakan salah satu indikator kinerja keuangan perusahaan. Apabila profitabilitas dalam keadaan meningkat, maka akan memengaruhi nilai perusahaan. Nilai pasar saham perusahaan akan meningkat. Hal ini dikarenakan investor melihat sinyal positif dengan membaiknya profitabilitas perusahaan. (Nurkhin, 2017)

Menurut Kasmir (2015: 22) tujuan profitabilitas untuk perusahaan atau pihak luar adalah :

- a. Menghitung atau mengukur keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk satu periode tertentu.
- b. Menilai posisi laba perusahaan ditahun sebelumnya dan tahun saat ini.
- c. Menghitung pertumbuhan laba dari waktu ke waktu.
- d. Menilai jumlah dari laba bersih sesudah pajak dengan modal.
- e. Mengukur produktifitas seluruh modal perusahaan yang digunakan baik berupa modal pinjaman maupun modal sendiri.

Dalam penelitian ini profitabilitas menggunakan proksi *Return On Investment* (ROI). Hal ini didasari penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan proksi Return on Asset, sehingga peneliti tertarik untuk menguji variabel tersebut menggunakan proksi ROI. ROI mengukur pengembalian total yang telah disediakan oleh perusahaan bagi investornya. (Brigham & Houston 2017) pengukuran ini merupakan salah satu rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya S Nadilah, B Sugeng (2018). Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total modal yang di investasikan}}$$

### 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. (Brigham & Houston, 2014:4).

Menurut (C. Agustina & Mulyani, 2019) ukuran perusahaan merupakan mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam bentuk, perusahaan yang berukuran kecil. Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat seberapa besar aset yang dimilikinya.

Ukuran perusahaan umumnya dibagi dalam 3 kategori, yaitu *large firm*, *medium firm*, dan *small firm*.

Menurut Ilmi & Prastiwi, (2019) Ukuran perusahaan yaitu skala atau ukuran untuk menentukan apakah perusahaan tersebut dalam skala yang besar atau kecil yang dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan.

Tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva, semakin besar total aktiva menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang (G. M. Sari, 2014). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan memanfaatkan regulasi atau arbitrase perpajakan yang terdapat pada setiap negara untuk melakukan perencanaan pajak perusahaan. (Ilmi & Prastiwi, 2019). Ukuran perusahaan diukur dengan total aset yang di transformasikan dalam bentuk logaritma agar sama dengan variable lain. Ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut (Ilmi & Prastiwi, 2019) :

$$Ukuran\ perusahaan = LN (Total\ Asset)$$

#### 4. Beban Pajak

Menurut Undang-Undang KUP No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 “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.”

Menurut PSAK 46 Beban pajak adalah jumlah agregat pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam penghitungan laba atau rugi pada satu periode. Pajak kini merupakan jumlah pajak penghasilan yang terhutang atas penghasilan kena pajak pada satu periode. Pajak tangguhan adalah pajak yang terutang pada periode mendatang, ini terjadi sebagai akibat adanya beda temporer.

Menurut (Suprianto & Pratiwi, 2017) Beda temporer (temporary differences) adalah adanya perbedaan antara jumlah tercatat aktiva maupun kewajiban nya dengan jumlah Dasar Pengenaan Pajak (DPP) nya. Perbedaan itu dapat berupa :

- 1) Perbedaan temporer kena pajak (taxable temporary differences) merupakan perbedaan temporer yang menimbulkan suatu jumlah kena pajak (taxable amounts) dalam perhitungan laba fiskal periode mendatang pada saat nilai aktiva yang tercatat di pulihkan (recovered) atau nilai kewajiban tersebut dilunasi (settled).
- 2) Perbedaan temporer yang boleh dikurangkan (deductible temporary differences) adalah perbedaan temporer yang menimbulkan suatu hal yang boleh dikurangkan (deductible amounts) dalam perhitungan laba fiskal periode mendatang pada

saat nilai aktiva tercatat dipulihkan (recovered) atau nilai kewajiban tersebut dilunasi (settled).

Perbedaan temporer ini sudah di atur dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 6 dimana dalam pasal tersebut berkaitan dengan hal yang boleh dikurangkan (Deductible) dan dalam Pasal 9 berkaitan dengan hal yang tidak boleh di kurangkan (Non Deductible) dimana beban pajak termasuk ke dalam biaya yang tidak boleh dijadikan sebagai pengurang besarnya Penghasilan kena pajak.

Aurinda (2018) menjelaskan tujuan adanya efektivitas pembayaran pajak adalah :

- 1) Meminimalisasi beban pajak yang terutang
- 2) Memaksimalkan laba setelah pajak
- 3) Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (tax surprise) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus.
- 4) Memenuhi kewajiban perpajakannya secara benar, efisien, dan efektif

Menurut Aurinda N.U (2018) Beban Pajak diprosikan dengan tarif pajak efektif (ETR). Tarif pajak efektif merupakan perbandingan antara pajak rill yang dibayar oleh perusahaan dengan laba komersial sebelum pajak. Adapun rumus Effective Tax Rate adalah sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

## 5. Penelitian terdahulu

Sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan *Transfer pricing* :

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	F.Mayoman, dan Karjo (2016)	Pengaruh pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Corporate Good Governance</i> (GCG) terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> sedangkan variabel <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
2.	Thesa Refgia (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan <i>Tunnelling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Mekanisme bonus dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> , sedangkan Pajak, Kepemilikan Asing dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap tindakan <i>Transfer Pricing</i> .
3.	Kusuma dan Wijaya (2017)	<i>Drivers of Intensity of Transfer Pricing : an Indonesia n Evidence</i>	Variabel pajak, <i>profitabilitas</i> , <i>intangible asset</i> , ukuran perusahaan dan struktur modal berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>

4.	Noviastika, Yuniadi, Suhartini (2016)	Pengaruh Pajak <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> terhadap indikasi melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (Studi pada bursa efek Indonesia yang berkaitan dengan Perusahaan Asing)	Pajak dan Tunneling Incentive berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan transfer pricing sedang untuk <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh namun tidak signifikan terdapat indikasi tersebut.
5.	Ria, Rita, dan Kharis (2017)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> Terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh positif, sedangkan untuk <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> berpengaruh positif terhadap transaksi <i>Transfer Pricing</i> .
6.	Eling, Abdullah (2019)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , Pajak, dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	<i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing, sedangkan untuk pajak dan <i>debt covenant</i> tidak berpengaruh positif.
7.	Lucky Nugroho, Brianditya RIDho Wicaksono, Wiwik Utami (2018)	<i>Analysis of Taxes Payment, Audit Quality and Firm Size To The Transfer Pricing Policy in Manufacturing Firm in Indonesia Stock Exchange</i>	Hasil penelitian dari jurnal tersebut bahwa pajak terindikasi berpengaruh positif terhadap transfer pricing, sedangkan kualitas audit dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .

8.	Fabrizio Bava dan Melchior Gromis (2017)	<i>The Influence of Profitability on Related Party Revenue</i>	Jurnal tersebut memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan, <i>profitability, intangible assets</i> , dan multinasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>
9.	Afifah Nazihah, Azwardi, Luk Luk Fuadah (2019)	<i>The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing (Indonesian Evidence).</i>	Variabel pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> , sedangkan <i>tunneling incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
10.	Anisa Susanti, Amrie Firmansyah (2018)	<i>Determinants of transfer pricing decisions in Indonesia manufacturing companies</i>	Variabel pajak, <i>tunneling incentive</i> , dan bonus berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> .

## B. Rerangka Pemikiran

### 1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer pricing*

Dalam praktik investasi seorang investor menggunakan profitabilitas sebagai salah satu dasar dalam mengambil keputusan investasi. Karena profitabilitas dapat menggambarkan kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan akan dapat mempengaruhi investor untuk mempertahankan

investasinya. Dengan itu perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitas.

Penelitian mengenai hubungan profitabilitas terhadap transfer pricing yang dilakukan oleh (E. P. Sari & Mubarok, 2018), (Kusuma & Wijaya, 2017) & (Bava & Di Trana, 2015). Mereka menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap transfer pricing. (Bava & Di Trana, 2015) menyatakan semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

## **2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer pricing***

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lebih lama (Rachmawati dan Triatmoko, 2007).

Teori agensi dapat menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dengan *transfer pricing*. Adanya wewenang yang dimiliki seorang manager dalam mengelola perusahaan akan menumbulkan kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan

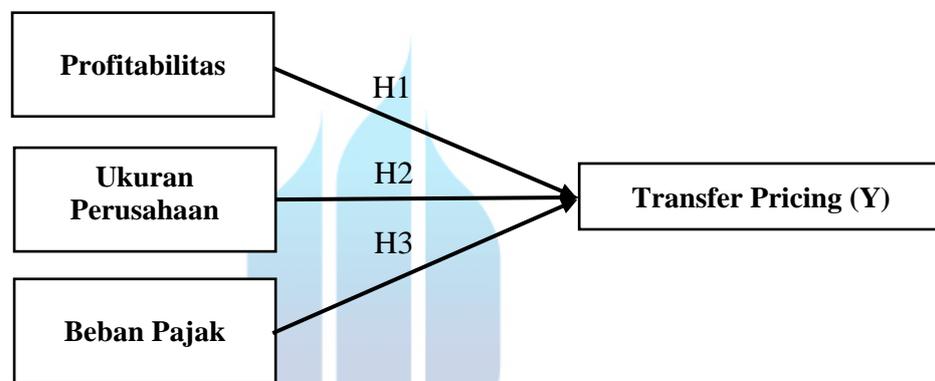
individu daripada tujuan perusahaan. Semakin besar perusahaan, perusahaan tersebut memiliki aktivitas usaha dan transaksi keuangan yang semakin besar dimana kemungkinan terjadinya transfer pricing akan lebih tinggi terjadi diperusahaan besar dibanding dengan perusahaan kecil (Ramadhan & Kustiani, 2017). Penelitian mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing yang dilakukan oleh (Ilmi & Prastiwi, 2019), (Melani, 2016), (N. A. Agustina, 2019) & (Waworuntu & Hadisaputra, 2016). Dengan hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing.

### **3. Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer pricing***

Salah satu alasan perusahaan melakukan kegiatan *transfer pricing* adalah beban pajak. Semakin besar pajak yang ditanggung oleh perusahaan maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan melakukan kegiatan *transfer pricing* untuk mengurangi pajak yang di tanggung tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian (Tiwa, Searang, & Tirayoh, 2017) yang menyatakan semakin besar jumlah beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara maka perusahaan-perusahaan multinasional yang berorientasikan pada laba usaha semakin terpicu untuk melakukan berbagai kiat dalam rangka meminimalisir jumlah beban pajak yang harus dibayar yang salah satunya dengan menerapkan *transfer pricing*. Penelitian mengenai hubungan ukuran perusahaan dengan transfer

pricing yang dilakukan oleh (Kiswanto & Purwaningsih, 2014), (Suprianto & Pratiwi, 2017) & (A. K. Nugraha, 2016) yang menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



### C. Hipotesis

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*
- 2 Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*
- 3 Beban Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*