

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) atau yang biasa disebut dengan *contracting theory* merupakan salah satu aliran terpenting dalam penelitian akuntansi. Penelitian ini dapat dilakukan secara deduktif dan merupakan studi perilaku, meskipun akarnya berasal dari bidang keuangan dan ekonomi. Teori keagenan berfokus pada pengawasan biaya yang terlibat dalam hubungan antar individu (Bastian, 2016). Dengan adanya teori agensi yang tujuan utamanya untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak untuk mengurangi biaya sebagai dampak dengan adanya informasi yang sesuai dengan kondisi.

Teori keagenan (*agency theory*) dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan). Kontrak yang dimaksudkan adalah kontrak antara *principal* (pemberi kerja, misalnya pemegang saham atau pimpinan perusahaan) dengan *agent* (penerima perintah, misalnya manajemen atau bawahan) (Gudono, 2017). Untuk menghindari penipuan agen, prinsipal siap mengeluarkan biaya pemantauan dan membatasi kisaran insentif agen. Di sisi lain, *agency theory* juga dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Karena

pemilik dan manajer bisnis mengejar kepentingan individu selain kepentingan bisnis, konflik antar kelompok merupakan bagian tak terelakkan dari teori keagenan.

Hipotesis ini berbeda artinya dengan hipotesis yang menjelaskan yaitu bahwa manajemen bertindak memperbesar nilai perusahaan (*value of the firm*). Oleh karena itu manajemen diasumsikan akan memilih prosedur akuntansi yang sesuai dengan tujuannya memaksimalkan kepentingannya. Di lihat melalui transaksi antar pihak yang berhubungan istimewa disebut dengan *transfer pricing* yang digunakan untuk tujuan memaksimalkan laba perusahaan. Ada kemungkinan bahwa agen terlibat dalam harga transfer manipulatif untuk meminimalkan semua biaya, termasuk beban pajak, dengan membebaskan harga yang tidak adil satu sama lain dalam transaksi, memanfaatkan asimetri informasi antara mereka dan prinsipal mereka. Penelitian ini akan meneliti mengenai ada tidaknya pengaruh usaha perusahaan dalam meminimalkan pajak dengan melakukan praktik *transfer pricing* menggunakan variabel pajak, *debt covenant*, *tunneling incentive* dan *exchange rate*.

2. Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Teori akuntansi positif menjelaskan suatu proses yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta menetapkan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk mengantisipasi situasi di masa mendatang. Prinsip-prinsip teori akuntansi positif bertumpu pada premis bahwa teori itu ada untuk menjelaskan dan

meramalkan bagaimana akuntan benar-benar melakukan pekerjaan mereka. Fitur pemecahan masalah (*problem solving*) dari teori akuntansi positif memungkinkannya disesuaikan dengan kebutuhan praktis para akuntan. Pendekatan dalam teori akuntansi positif menggunakan pendekatan ekonomi dan perilaku (Herry, 2017).

Menurut (Watts dan Zimmerman, 1986) menyebutkan bahwa Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan tentang suatu yang menimbulkan permasalahan bagi kepentingan perusahaan dan stakeholder laporan keuangan, serta memproyeksikan kebijakan akuntansi yang akan diambil oleh perusahaan dalam kondisi tertentu. Terdapat tiga hipotesis manajemen laba yang diajukan oleh Teori Akuntansi Positif, yaitu:

1) Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypotesis*)

Dalam perusahaan, manajer merencanakan bonus atau insentif untuk mendorong penggunaan prosedur akuntansi yang dapat mengalihkan pelaporan keuntungan masa depan ke masa kini, yang dikenal sebagai perataan laba atau *income smoothing*. Menurut teori ini, para eksekutif memberi nilai tinggi pada bonus dalam konteks sistem penggajian mereka, dan sebagai hasilnya, mereka memilih pendekatan akuntansi yang memungkinkan mereka memperoleh uang sebanyak mungkin, seperti teknik akrual.

2) Hipotesis Perjanjian Utang (*The Debt Covenant Hypotesis*)

Manajer perusahaan yang memiliki *rasio leverage (debt/equity)* yang besar akan lebih memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan

pelaporan laba periode mendatang ke periode sekarang. Rasio leverage yang berkurang merupakan akibat dari pilihan teknik akuntansi perusahaan untuk mengakui laba periode berikutnya pada periode berjalan.

3) Hipotesis Biaya Politik (*The Political Cost Hypotesis*)

Semakin besar biaya politik di dalam suatu organisasi, semakin besar kemungkinan bahwa manajemennya akan memilih praktik akuntansi yang menunda pelaporan pendapatan hingga kemudian hari. Ketiga hipotesis ini mengasumsikan bahwa perusahaan dengan biaya politik yang lebih tinggi akan lebih responsif terhadap transfer kekayaan daripada perusahaan dengan biaya politik yang lebih rendah. Artinya, lebih umum bagi perusahaan besar untuk memilih pendapatan yang lebih rendah.

Peneliti dapat mengidentifikasi hubungan antara teori akuntansi positif dengan penelitian ini berkat tiga penjelasan hipotesis dan penjelasan teori akuntansi positif. Pajak bersifat memaksa, sehingga ketika pemerintah mewajibkan perusahaan multinasional membayar pajak, perusahaan tersebut tentu saja merasa tertekan karena diwajibkan oleh undang-undang untuk melakukannya. Ini adalah salah satu hubungan yang terlihat dari motivasi untuk memanipulasi pajak perusahaan menjadi politis. Manajer dapat memilih untuk mengurangi kewajiban pajak mereka dengan mengalihkan laba ke anak perusahaan di yurisdiksi dengan pajak rendah melalui proses yang dikenal sebagai harga transfer. Dengan memanipulasi pendapatan dengan melaporkan laba yang lebih kecil ke Direktorat Jenderal Pajak (DJP), manajemen mengantisipasi banyak hal

terkait aturan pemerintah dengan harapan dapat mengurangi beban pajak mereka.

3. Transfer Pricing

Kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer dari suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa disebut sebagai *Transfer Pricing*. Seharusnya istilah *transfer pricing* bersifat netral, namun sering dianggap sebagai cara menghindari pembayaran pajak oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa (Akhadya dan Arieftiara, 2019).

(Pohan, 2018) mengartikan bahwa *Transfer Pricing* adalah jumlah harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak untuk layanan yang disediakan dalam transaksi bisnis keuangan atau transaksi lainnya.

Hubungan istimewa yang terjadi antara dua pihak ketika satu pihak dapat melakukan pengendalian efektif atas pihak lain atau memiliki pengaruh substansial atas proses pengambilan keputusan pihak lain, sebagaimana didefinisikan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010. Pengalihan sumber daya atau liabilitas antara pihak berelasi terjadi terlepas dari apakah harga dapat ditentukan atau tidak.

Sedangkan menurut PMK Nomor 7/PMK.03/2015, Penentuan Harga Transfer (*transfer pricing*) adalah penentuan harga di dalam transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* merujuk

pada harga yang diberlakukan untuk mengalihkan barang/jasa atau aset tak berwujud dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki keterkaitan khusus atau hubungan istimewa. Hal ini dilakukan berdasarkan prinsip harga pasar yang wajar (*arm's length price principal*) (Pohan, 2018). Prinsip kewajaran (*arm's length principle*) mengatur bahwa dalam situasi transaksi yang melibatkan afiliasi (ada hubungan istimewa), syarat transaksi harus adil dan sebanding dengan transaksi yang dilakukan oleh pihak yang tidak terkait (Kurniawan, 2015).

Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 menjelaskan metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan Transfer Pricing, yaitu sebagai berikut:

1) Metode Perbandingan Harga (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)

Metode perbandingan harga antar pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan di antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga barang atau jasa dalam transaksi yang dilakukan antar pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding.

Metode CUP mensyaratkan bahwa barang/jasa yang ditransaksikan memiliki karakteristik yang identik. Barang/jasa yang identik bisa diketahui secara umum apabila barang/jasa tersebut adalah barang/jasa yang sering ada dipasar atau banyak diperjualbelikan. Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan harga jual produk atau jasa sejenis yang terdapat pada entitas lain yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan harga jual yang digunakan wajib pajak saat bertransaksi dengan pihak afiliasi yang memiliki hubungan istimewa.

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

Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method/RPM*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi produk tertentu 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.

Resale Price adalah harga dari distributor (*reseller*) kepada customer, harga pertukarannya adalah harga kepada *customer* dikurangi dengan *gross margin* ke distributor. Metode harga penjualan kembali atau disingkat RPM, mengurangi harga penjualan kembali dengan margin yang wajar. *Resale Price Method* (RPM) hanya berfokus pada perusahaan

penjual yang memiliki status hubungan istimewa, yang mengadakan pemasaran, dan yang mengadakan fungsi penjualan.

3) Cost Plus Method (CPM)

Metode *cost plus* sangat mudah dipahami dan diterapkan. Banyak perusahaan yang menggunakan metode ini dalam penentuan harga jual karena kemudahannya dalam penerapan. Perusahaan hanya mencari nilai berapa persen yang akan ditambahkan ke harga pokok, itulah yang menjadi harga jualnya.

Cost Plus Method atau CPM memfokuskan *tested party* (pihak yang di uji) pada pihak pabrikasi dalam menentukan analisis *transfer pricing*. CPM dimulai dengan menilai *cost* yang terjadi pada pemasok (*supplier*) sebagai perusahaan afiliasi dalam memproduksi produk. Setelah didapat harga pokok pembuatan produk, kemudian ditambahkan unsur mark up terhadap harga pokok tersebut.

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

Metode pembagian laba (*Profit Split Method/PSM*) adalah metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksi (*Transactional Profit Method Based*) yang 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 yang tidak mempunyai hubungan istimewa, dengan menggunakan metode

kontribusi (*Contribution Profit Split Method*) atau metode sisa pembagian laba (*Residual Profit Split Method*).

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

Metode laba bersih transaksi (*Transactional Net Margin Method/TNMM*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan persentase laba bersih operasi terhadap biaya, penjualan, aktiva, dan atas transaksi 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.

Metode TNMM dilakukan dengan cara menghitung laba bersih operasi, kemudian laba bersih tersebut dibagikan terhadap biaya, atau terhadap penjualan, atau terhadap aktiva atau dibagikan terhadap dasar lain yang relevan. Aplikasi perhitungan TNMM mirip dengan cara perhitungan metode CPM, perbedaannya terletak penggunaan data, bila CPM menggunakan data gross profit tetapi TNMM menggunakan data laba bersih operasi.

4. Pajak

Menurut undang-undang perpajakan UU KUP Nomor 16 tahun 2009, yang dimaksud dengan 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 uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah pembayaran yang diwajibkan secara hukum (yang dapat dipaksakan) yang dilakukan kepada pemerintah tanpa pembayaran langsung untuk mendanai program-program publik yang memajukan kesejahteraan umum.

Direktur Jenderal Pajak diberikan kewenangan untuk menghitung kembali penghasilan kena pajak dalam transaksi antara pihak-pihak berelasi dengan menetapkan kembali jumlah penghasilan dan pengurangan berdasarkan Pasal 18 ayat 3 Undang-Undang Pajak Penghasilan. Namun, Dirjen Pajak tidak akan menggunakan kuasanya jika Wajib Pajak telah bertindak adil dan sesuai dengan standar prosedur bisnis dalam berhubungan dengan pihak-pihak terkait.

Prosedur wajib pajak dan surat-surat pendukung untuk menghitung harga wajar atau laba wajar diperhitungkan selama penghitungan ulang pendapatan dan pemotongan. Menggunakan teknik transfer pricing yang benar dan melakukan pencatatan transfer pricing secara menyeluruh sangat penting bagi wajib pajak (Kurniawan, 2015). Selain itu, apabila telah dilakukan penyesuaian, Direktur Jenderal Pajak dapat melakukan perubahan lebih lanjut terhadap taksiran penghasilan kena pajak Wajib Pajak yang dilakukan oleh:

- a. Direktur Jenderal Pajak bertanggung jawab atas perhitungan penghasilan dan pemotongan yang dilakukan oleh Wajib Pajak domestik lainnya, termasuk bentuk usaha tetap yang berlawanan transaksi dengan Wajib Pajak.
- b. Otoritas pajak di negara lain untuk menetapkan besarnya penghasilan dan pengeluaran yang dibebankan pada Wajib Pajak asing yang memiliki badan usaha tetap di Indonesia.

Setelah disesuaikan, Direktur Jenderal Pajak berwenang melakukan pemeriksaan terhadap *transfer pricing* yang diduga melanggar hukum pajak, sesuai dengan Pasal 44 UU KUP. Jika pemeriksaan pajak menemukan bukti awal kejahatan pajak, maka dilakukan penyelidikan. Pemeriksaan SPT untuk mengumpulkan bukti tidak langsung tentang kesalahan disebut “pemeriksaan bukti permulaan” (Tampubolon dan Zulham, 2018).

Pedoman Pemeriksaan Terhadap Wajib Pajak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor: PER-22/PJ/213 yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 2013. Peraturan ini mengatur jenis dan bentuk surat atau dokumen yang dipersyaratkan dalam audit *transfer pricing*. Dengan kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya jumlah transaksi yang melibatkan beberapa yurisdiksi kena pajak, metode dan pelaksanaan audit penetapan harga transfer khusus akan terus berkembang. Dalam penelitian

ini pajak yang diprosikan dengan *Effective Tax Rate (ETR)* dimana *ETR* merupakan persentase dari tarif pajak yang ditanggung perusahaan.

5. Debt Covenant

Debt Covenant adalah suatu kontrak yang ditujukan kepada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang dapat mengurangi nilai pinjaman dan pemulihan pinjaman (Merina dan Kurniawati, 2016). Dalam perjanjian ini telah membatasi kemampuan seorang manajer untuk berinvestasi, membayar deviden, menambah pinjaman dan kemudian membatasi aktivitas yang berpotensi merugikan manajer.

Semakin tinggi rasio utang atau ekuitas perusahaan maka semakin besar pula kemungkinan bagi manajer untuk memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba. *Transfer pricing* adalah salah satu metode yang digunakan bisnis untuk meningkatkan keuntungan dan menghindari regulasi kredit. Dalam *debt covenant hypothesis* menjelaskan semakin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini (Shintya, 2019). Alasannya adalah kesalahan teknis yang lebih sedikit akan terjadi jika laba yang dilaporkan meningkat. Selama jangka waktu perjanjian, pemberi pinjaman wajib mematuhi syarat-syarat perjanjian utang. Misalnya, penerima pinjaman mungkin diminta untuk memenuhi rasio utang terhadap aset tertentu, rasio cakupan

bunga, rasio modal kerja, dan tingkat ekuitas pemegang saham. Jika terjadi pelanggaran, perjanjian utang dapat memberlakukan pembatasan pada hal-hal seperti penyelesaian dividen atau penyelesaian pinjaman.

6. Tunneling Incentive

Istilah *tunneling* awalnya digunakan untuk menggambarkan kondisi pengambilan aset pemegang saham nonpengendali di Republik Ceko melalui pengalihan aset dan keuntungan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Istilah *tunneling incentive* seperti yang didefinisikan oleh (Hartati, 2015), terjadi ketika pemilik mayoritas perusahaan mengalihkan aset dan pendapatannya ke diri mereka sendiri dengan mengorbankan pemegang saham minoritas perusahaan, yang kemudian diharuskan membayar biaya. (Johnson, S *et al.*, 2000) mengklaim bahwa *tunneling* juga dapat merupakan pengalihan aset dan keuntungan perusahaan untuk kepentingan pemilik mayoritas (*controlling*).

Timbulnya tunneling disebabkan adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas Hal ini di karenakan terdapat kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi memberikan pengaruh signifikan pada satu kelompok atau kepentingan terhadap manajemen dan kebijakan perusahaan yang dimilikinya (Viviany, 2018).

Dengan menjual saham ke bisnis induk dengan harga di bawah nilai pasar, anak perusahaan terlibat dalam *tunneling*, aktivitas penetapan

harga transfer yang secara langsung dapat berdampak pada pendapatan yang dihasilkan oleh anak perusahaan dan karenanya laba yang dihasilkan menjadi lebih kecil bagi perusahaan daripada yang seharusnya diperoleh. Pembebanan harga bahan baku juga akan berdampak signifikan terhadap keuntungan yang mungkin diperoleh anak perusahaan, bahkan jika anak perusahaan membeli pasokan dari bisnis induk dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga pasar (Saraswati dan Sujana, 2017).

Berdasarkan struktur kepemilikan perusahaan, struktur kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang dapat terjadi. Menurut (T, Nurhidayati, dan Junaidi, 2017) terdapat dua jenis struktur kepemilikan yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi. Perbedaan antara negara-negara maju dengan negara-negara berkembang seperti Indonesia menunjukkan bahwa kepemilikan yang terkonsentrasi berkorelasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan di negara-negara maju. Namun, di negara berkembang, anggota keluarga cenderung menguasai jumlah saham yang tidak proporsional, dan pemegang saham minoritas memiliki perlindungan hukum yang lebih sedikit (Nurlita, 2018).

Terdapat dua jenis *Tunneling incentive*: yang pertama adalah ketika pemilik pengendali perusahaan memiliki kesempatan untuk menyalurkan sumber daya perusahaan langsung ke tangan pemegang saham. Penjualan aset, kontrak harga transfer, gaji CEO yang terlalu tinggi, pinjaman, dan bentuk pembiayaan lainnya semuanya dapat digunakan untuk

memfasilitasi kesepakatan tersebut. Selanjutnya, yang kedua adalah pemilik pengendali untuk memperoleh lebih banyak saham tanpa mentransfer aset apa pun ke perusahaan atau terlibat dalam aktivitas keuangan apa pun yang akan merugikan kepentingan pemegang saham nonpengendali perusahaan (Johnson, S. et al., 2000).

Tunneling incentive dapat disimpulkan sebagai transfer sumber daya berupa aset, bagi hasil, pemberian hak istimewa yang diberikan kepada pemegang saham mayoritas (*principal*) tetapi pemegang saham minoritas (agen) juga harus menanggung beban tersebut. Salah satu contoh praktik *tunneling* adalah ketika pemegang saham mayoritas mengalihkan sumber daya perusahaan melalui transaksi yang bersifat istimewa, seperti kontrak penjualan dengan harga transfer yang dianggap merugikan pemegang saham minoritas. Pemilik saham mayoritas yang terlibat dalam praktik *tunneling* ini seringkali menghindari pembayaran dividen, sehingga merugikan pemegang saham minoritas. Untuk menghemat biaya dan meningkatkan keuntungan, pemilik pengendali terlibat dalam operasi *tunneling*, termasuk mengalihkan sementara aset mereka ke anggota atau anak perusahaan dengan harga transfer. Semakin banyak kegiatan *tunneling* yang dilakukan maka kegiatan *transfer pricing* juga akan semakin meningkat dan sebaliknya.

7. Exchange Rate

Nilai kurs atau *exchange rate* adalah nilai dua mata uang yang berbeda dalam hal pembayaran sekarang atau di masa mendatang (Cahyadi

dan Noviari, 2018). Permintaan dan penawaran untuk mata uang lokal dan mata uang asing (atau dolar) suatu negara mempengaruhi nilai tukarnya. (Ekananda, 2015) menyatakan bahwa nilai tukar adalah harga dimana suatu mata uang dinilai dalam satuan mata uang lainnya. Nilai tukar signifikan dalam pengambilan keputusan konsumen karena memberikan nilai mata uang yang sama untuk harga di berbagai negara. Depresiasi mata uang (kenaikan harga mata uang asing untuk negara yang bersangkutan) membuat ekspor lebih kompetitif karena barang domestik menjadi lebih mahal untuk diimpor. Namun, ketika nilai mata uang suatu negara meningkat (apresiasi), ekspor menjadi lebih mahal relatif terhadap barang impor.

Terdapat dua jenis nilai kurs menurut (Herawati dan Trunojoyo, 2009) yaitu, kurs nominal yang merupakan harga relatif dari dua mata uang negara dan kurs rill yaitu harga relatif atas barang-barang dari kedua negara. Kurs rill yang dinyatakan tingkat dimana kita bisa memperdagangkan barang-barang dari suatu negara untuk barang-barang dari negara lain. Menurut (Krugman, P. R *et al.*, 2012), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai kurs, seperti yang dijelaskan berikut ini:

a. Tingkat Inflasi

Perubahan tarif domestik dibandingkan dengan tarif internasional dianggap sebagai faktor yang memengaruhi fluktuasi nilai tukar valuta asing di pasar valuta asing, dimana perdagangan

internasional dalam bentuk barang atau layanan adalah dasar utama perdagangan mata uang.

b. Cadangan Devisa

Interaksi ekonomi antar negara berdampak pada hasil neraca pembayaran internasional mereka. Jika neraca pembayaran internasional suatu negara menunjukkan surplus, nilai cadangan devisanya akan naik.

c. Perbedaan suku bunga

Fluktuasi suku bunga berpengaruh pada aliran modal internasional. Sederhananya, kenaikan suku bunga memicu masuknya uang asing ke negara-negara dengan tingkat suku bunga yang lebih tinggi dengan permintaan mata uang mereka, menaikkan nilai tukarnya.

d. Ekspor-impor

Harga suatu produk merupakan faktor penentu potensial apakah akan diimpor atau diekspor atau tidak. Peningkatan ekspor dapat dicapai dengan menjual komoditas dalam negeri dengan harga murah dan menurunkannya ketika harga dinaikkan.

e. Ekspektasi

Ekspektasi nilai tukar masa depan adalah elemen terakhir yang memengaruhi nilai tukar mata uang asing pada saat ini. Pasar valuta asing dikenal karena responsnya yang cepat terhadap berita

yang berdampak ke depan dibandingkan dengan pasar keuangan lainnya.

Nilai tukar (*exchange rate*) memiliki hubungan yang searah dengan tingkat suku bunga, di mana kenaikan perbandingan mata uang (apresiasi rupiah terhadap dolar) akan meningkatkan tingkat suku bunga. Berdasarkan penelitian (Martani Dwi *et al.*, 2017) saat ini sebagian besar pertukaran mata uang sekarang menggunakan perbandingan mata uang mengambang bebas (*floating rate*) yang diatur sesuai dengan kekuatan pasar seperti penawaran dan permintaan. Hanya segelintir negara yang mempertahankan sistem nilai tukar tetap (*pegged exchange rate*).

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam penelitian ini :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|----|-------------------|--|--|---|
| 1 | Mispiyanti (2015) | Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013 | X1: Pajak X2: <i>Tunneling Incentive</i> X3: Mekanisme Bonus Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Sementara <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 2 | Dwi Noviaastika F, Yuniadi Mayowan dan Suhartini Karjo (2016) | Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014 | X1: Pajak X2: <i>Tunneling Incentive</i> X3: <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sementara <i>good corporate governance</i> tidak signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . Bahwa 19,5% <i>transfer pricing</i> dipengaruhi oleh variabel pajak, <i>tunneling incentive</i> , dan <i>good corporate governance</i> . |
| 3 | Thesa Refgia (2017) | Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Kimia yang Listing di BEI Tahun 2011-2014 | X1: Pajak X2: Mekanisme Bonus X3: Ukuran Perusahaan X4: Kepemilikan Asing X5: <i>Tunneling Incentive</i> Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak, kepemilikan asing, dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . |

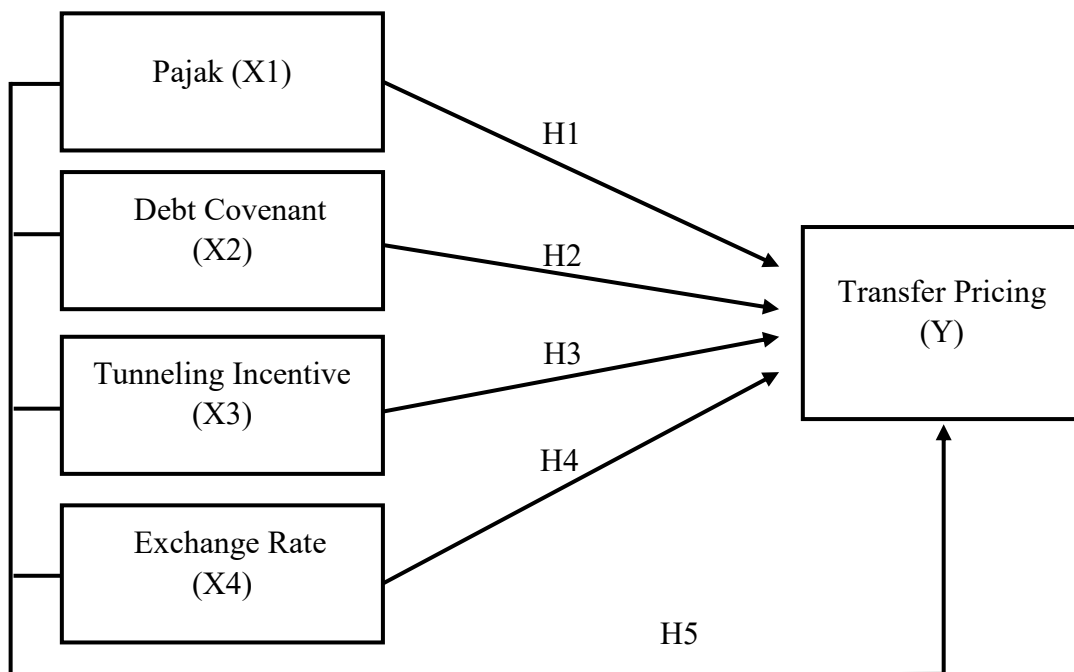
| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 4 | Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak (2018) | Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing | X1: Profitabilitas X2: Pajak X3: <i>Debt Covenant</i> Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . <i>Debt covenant</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . |
| 5 | Fitri Anisyah (2018) | Pengaruh Beban Pajak, Intangible Assets, Profitabilitas, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing | X1: Beban Pajak X2: <i>Intangible Assets</i> X3: Profitabilitas X4: <i>Tunneling Incentive</i> X5: Mekanisme Bonus Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban pajak, profitabilitas dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>intangible asset</i> dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . |
| 6 | Ayu Fitriani (2019) | Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant, dan Intangible Assets terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018) | X1: Pajak X2: <i>Tunneling Incentive</i> X3: <i>Debt Covenant</i> X4: <i>Intangible Assets</i> Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak, <i>tunneling incentive</i> dan <i>intangible assets</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>debt covenant</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . |

| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| 7 | Dwi Puspita Akhadya, Dian Wicakasih Arieftiara (2019) | Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing | X1: Pajak X2: <i>Exchange Rate</i> X3: Kepemilikan Asing Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>exchange rate</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . |
| 8 | Tania dan Kurniawan (2019) | Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017) | X1: Pajak X2: <i>Tunneling Incentive</i> X3: Mekanisme Bonus Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak, <i>tunnelling incentive</i> dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . |

| | | | | |
|----|------------------------------------|--|---|--|
| 9 | Fedrianto (2020) | Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016 – 2018 | X1: Pajak X2: <i>Tunneling Incentive</i> X3: Mekanisme Bonus Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>tunnelling incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . |
| 10 | Nadya Asmaul Husna (2020) | Pengaruh Pajak, Debt Covenant, Tunneling Incentive, Exchange Rate dan Intangible Assets terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019 | X1: Pajak X2: <i>Debt Covenant</i> X3: <i>Tunneling Incentive</i> X4: <i>Exchange Rate</i> X5: <i>Intangible Assets</i> Y: <i>Transfer Pricing</i> | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>tunnelling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan pajak, <i>debt covenant</i> , <i>exchange rate</i> dan <i>intangible assets</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . |

C. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang telah disajikan di atas, maka kerangka penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Pajak dapat didefinisikan sebagai kontribusi wajib yang harus diberikan kepada negara oleh entitas atau individu yang terikat di bawah otoritas yang ditentukan. Para kontributor pajak tidak akan mendapatkan pujian atau imbalan secara langsung, dan dana yang terkumpul dari pajak tersebut akan digunakan untuk kegiatan keuangan pemerintah dan untuk memperoleh fasilitas publik. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan perusahaan dalam

transfer pricing perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan (Noviastika dkk, 2016) menemukan bahwa pajak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Transaksi *transfer pricing* yang dilakukan dengan perusahaan afiliasi berada di luar batas negara digunakan sebagai salah satu cara perencanaan pajak. Perusahaan mengalihkan kekayaannya ke perusahaan lain yang berada di luar Indonesia dengan cara *transfer pricing*, sehingga laba berkurang dan pajak yang dibayarkan juga berkurang. (Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma, 2012) juga menemukan adanya pengaruh positif pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Perusahaan terlibat dalam *transfer pricing* dalam upaya untuk menurunkan tarif pajak efektif mereka. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Pajak Berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*

2. Pengaruh *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing*

Manajer perusahaan yang mempunyai *ratio leverage (debt/equity)* yang tinggi akan lebih memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode yang akan datang ke periode sekarang. Strategi akuntansi yang menekankan pengakuan laba masa depan ke periode sekarang dapat membantu mencapai *ratio leverage* yang rendah (Watts dan Zimmerman, 1986). Alasannya laba yang semakin meningkat akan menurunkan kelalaian teknis. Selama jangka waktu

perjanjian, pemberi pinjaman bertanggung jawab untuk memenuhi sebagian besar persyaratan perjanjian.

Dalam *debt covenant hypothesis* yang terdapat dalam teori akuntansi positif, semakin dekat suatu perusahaan melakukan pelanggaran akuntansi berdasarkan perjanjian utang, semakin besar kemungkinan manajer perusahaan akan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode saat ini (Pramana, 2014). Pengaruh *debt covenant* terhadap *transfer pricing* yaitu penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya yang semakin besar menyebabkan makin tingginya batasan kredit. Alasan berpengaruhnya *debt covenant* terhadap *transfer pricing* dikarenakan metode akuntansi yang dimiliki manajer yang dapat menaikkan laba sehingga dapat mengurangi kesalahan teknis dan mengendurkan batasan kredit adalah *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian (Sari dan Mubarak, 2018) *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : *Debt Covenant* Berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*

3. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas yang menjadi munculnya *tunneling incentive*. Untuk mengontrol aktivitas perusahaan yang berada di bawah kendalinya, kepemilikan saham diambil dari pihak atau kepentingan lain yang dapat

memberikan kekuasaan (Shintya, 2019). Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dikarenakan *tunneling* merupakan salah satu perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang melakukan transfer kekayaan perusahaan yang berhubungan dengan kepentingan mereka pribadi namun biaya transfer tersebut dibebankan kepada pemegang saham minoritas.

Terdapat dua faktor yang harus diperhatikan sebagai insentif bagi perusahaan untuk melakukan *tunneling*. Pertama, struktur kepemilikan. Dalam posisi kekuasaan, pemilik pengendali mungkin menguntungkan diri mereka sendiri dan rekan mereka dengan memberlakukan ketentuan kontraktual yang melayani kepentingan mereka. Kedua, ketersediaan dana untuk perusahaan yang akan dialihkan. Memiliki akses ke sumber daya mendorong pemilik saham utama untuk mengeksplorasi sumber daya tersebut dan memanfaatkannya untuk keuntungan mereka sendiri (Marfuah dan Azizah, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Mispiyati, 2015) menyatakan bahwa transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistis oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Alasan berpengaruhnya *tunneling* terhadap *transfer pricing* menjadi salah satu tujuan dilakukannya transaksi *transfer pricing* adalah untuk melakukan *tunneling* kepada pemilik saham minoritas yang mengakibatkan kerugian bagi pihak mereka, dan bagi perusahaan yang di-tunnel mengakibatkan terjadinya penurunan kinerja keuangan.

Penelitian tersebut juga sejalan dengan (Hartati *et al.*, 2015) yang menyatakan bahwa pemegang saham mayoritas di perusahaan publik Indonesia memiliki kecenderungan untuk melakukan tunneling karena tingginya konsentrasi kepemilikan saham di negara tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : *Tunneling Incentive* Berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*.

4. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Saat ini, perusahaan multinasional berusaha untuk memperluas jaringan bisnis mereka sehingga mereka dapat memperluas kegiatan pemasaran mereka ke pasar internasional. Dalam mengembangkan bisnis ini, pelaku bisnis memiliki motivasi untuk melakukan *transfer pricing*. Karena perusahaan multinasional mengalami perbedaan *exchange rate* (nilai tukar), perusahaan mengalami pembayaran yang tidak pasti. Hal ini terjadi karena pembayaran harus dilakukan dari satu mata uang ke mata uang lainnya karena nilai tukar terus berubah-ubah, sehingga menyebabkan ketidakstabilan jumlah uang tunai yang dibutuhkan untuk pembayaran tersebut. Fluktuasi *exchange rate* ini dapat mempengaruhi perusahaan multinasional untuk melakukan praktik *transfer pricing* (Marfuah dan Azizah, 2014).

Pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing* dikarenakan manajemen cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang

untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan transfer pricing (Sefty, 2017).

Perbedaan mata uang disebabkan karena perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus menerus berfluktuasi. Sehingga jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga.

Hasil penelitian yang telah dilakukan (Cravens dan Shearon, 1996) dan (Chan *et al.*, 2011) menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* dan hal ini sejalan dengan perumusan hipotesis. Namun, hasil penelitian (Marfuah dan Azizah, 2014) menunjukkan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Chan *et al.*, 2011) dan (Marfuah dan Azizah, 2014) terdapat perbedaan signifikansi mengenai pengaruh *exchange rate* sehingga perlu diuji kembali. Berdasarkan uraian

tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4 : *Exchange Rate* Berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*.

5. Pengaruh Pajak, *Debt Covenant*, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan salah satu motif yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. *Debt covenant* merupakan kesepakatan yang dibuat oleh kreditur untuk membatasi tindakan yang dapat merugikan nilai pinjaman dan pemulihan pinjaman yang dilakukan oleh peminjam. Perusahaan cenderung akan melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pelanggaran tersebut.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan transfer aset dan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan untuk beralih dalam kepentingan pemegang saham mayoritas. *Exchange rate* juga menjadi alasan suatu perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dengan menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H5 : Pajak, *Debt Covenant*, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* Berpengaruh Positif terhadap *Transfer Pricing*.