

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian *Transfer Pricing*

Menurut Chairil Anwar Pohan (2019:196) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai berikut:

“*Transfer pricing* adalah 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 Darussalam (2013:9) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai berikut:

“*Transfer pricing* adalah pengalihan atas penghasilan kena pajak dari suatu perusahaan dalam suatu grup perusahaan multinasional ke perusahaan lain dalam grup perusahaan multinasional yang sama di negara yang tarif pajaknya rendah”.

Sedangkan menurut Joel Cooper, dkk (2016) *transfer pricing* adalah konsep netral yang hanya mengacu pada penentuan harga transfer untuk transaksi antara pihak terkait.

Menurut Pahlevi (2019) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai berikut:

“*Transfer pricing* adalah penentuan harga atas transaksi penjualan kepada pihak berelasi akan cenderung berbeda dengan penjualan yang dilakukan kepada pihak ketiga karena disebabkan oleh adanya perbedaan kondisi terjadinya kedua transaksi tersebut yang tidak sebanding. oleh karena itu perusahaan harus menjelaskan kewajaran transaksi tersebut dalam *transfer pricing documentation*.”

2.1.1.1 Tujuan *Transfer Pricing*

Menurut Darussalam dkk (2019:8) *Transfer pricing* dapat diaplikasikan untuk tiga tujuan yang berbeda sebagai berikut:

- 1) Dari sisi hukum perseroan, *transfer pricing* dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara perusahaan dengan pemegang sahamnya.
- 2) Dari sisi akuntansi manajerial, *transfer pricing* dapat digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama.
- 3) Dalam perspektif perpajakan, adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Proses kebijakan tersebut menentukan pula besaran penghasilan dari setiap entitas yang terlibat.

Perusahaan diwajibkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan transaksi afiliasi di dalam dan di luar negeri. Hal ini dilakukan untuk menyusun dan menyerahkan Dokumen Penetapan Harga Transfer sesuai dengan kebijakan pelaporan yang ditetapkan. Kemungkinan *transfer pricing* dapat terjadi antar perusahaan, baik dalam anggota perusahaan tersebut maupun dengan pihak-pihak yang mempunyai keterikatan istimewa di dalam dan luar negeri.

2.1.1.2 Metode *Transfer Pricing*

Menurut Bawono Kristiaji dkk dalam Darussalam (2013:200) OECD maupun Amerika Serikat, mengakui lima metode yang digunakan dalam analisis *transfer pricing* sebagai berikut:

- 1) Metode *comparable uncontrolled price* (CUP)
Metode yang membandingkan harga suatu barang atau jasa yang terjadi dalam transaksi afiliasi dengan transaksi independen.
- 2) Metode *resale price* (RPM)
Metode yang membandingkan laba kotor yang didapatkan dari transaksi afiliasi (atas produk yang dibeli dari pihak afiliasi, untuk

kemudian dijual kepada pihak independent), dengan laba kotor yang didapatkan dari transaksi independent.

- 3) Metode *cost plus* (C+)

Metode yang membandingkan *mark-up* atas biaya dalam transaksi afiliasi, dengan *mark-up* atas biaya yang dikenakan dalam transaksi independent.
- 4) *Transactional net margin method/TNMM*

Metode yang membandingkan tingkat laba operasi yang diperoleh melalui transaksi afiliasi, dengan laba operasi yang diperoleh melalui transaksi independent.
- 5) Metode *profit split* (PSM)

Metode yang berusaha mengukur kewajaran dari suatu kompensasi (dalam hal ini laba) yang diterima oleh perusahaan atas kontribusinya dalam grup perusahaan multinasional.

2.1.1.3 Indikator Transfer Pricing

Menurut Chairil Anwah Pohan (2019:225) menjelaskan bahwa:

“*arbitrary transfer pricing* digunakan dengan harga ditetapkan oleh interaksi antara divisi penjualan pembelian dan pada tingkat yang dianggap terbaik untuk kepentingan perusahaan secara keseluruhan”.

Menurut Kusuma dan Wijaya (2017:129) menjelaskan bahwa:

“*transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Perhitungannya transfer pricing dengan melihat piutang atas transaksi pihak berelasi dibagi dengan total piutang”.

Dengan skala perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang kepada pihak berelasi}}{\text{Total piutang}}$$

2.1.2 Pengertian Pajak

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:27) mendefinisikan pajak sebagai berikut:

“Pajak adalah suatu kewajiban yang dikenakan pada rakyat yang dikenakan kewajiban perpajakan. Jika tidak melaksanakan kewajibannya tersebut maka dapat dikenakan tindakan hukum berdasarkan undang-undang. Dapat dikatakan bahwa kewajiban ini dapat dipaksakan oleh pemerintah”.

Menurut Darussalam, dkk (2020) mendefinisikan pajak sebagai berikut:

“Pajak adalah salah satu cara yang digunakan oleh pemerintah suatu negara untuk membiayai kebutuhan dan pembangunan negara. Bahkan dapat dikatakan bahwa pajak merupakan sumber utama penerimaan yang dibutuhkan dalam menjalankan fungsi pemerintahan suatu negara”.

Menurut Endang Mahpudin, dkk (2020:2) mendefinisikan pajak sebagai berikut:

“Pajak adalah kontribusi wajib rakyat sebagai Wajib Pajak kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan usaha yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Menurut Syahrul Mustofa dan Ady Supryadi (2020:20) pajak adalah iuran rakyat kepada negara, kontribusi wajib kepada negara, kontribusi tersebut merupakan kontribusi yang dihitung sebagai utang yang ditanggung oleh pribadi atau badan.

Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2.1.2.1 Fungsi Pajak

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:31) Umumnya ada 4 fungsi pajak sebagai berikut:

- 1) Fungsi *Budgetair*
Pajak berfungsi untuk memenuhi biaya-biaya yang harus dikeluarkan pemerintah dalam menjalankan fungsi pemerintahannya. Maka pengenaan

pajak dipandang dari sudut ekonomi harus diatur senetral-netralnya dan tidak boleh dibelokkan untuk mencapai tujuan-tujuan negara yang menyimpang. Negara dalam menghimpun dana keuangannya sebagai sarana bagi sumber pembiayaan untuk pemenuhan tujuan negara menjadikan fenomena pengumpulan pajak terjadi secara berulang untuk sebagian besar negara yang mengandalkan penerimaan utama negara.

2) Fungsi *Regulerend*

Fungsi *regulerend* disebut juga fungsi mengatur, yaitu pajak merupakan alat kebijakan pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu. Fungsi *regulerend* merupakan fungsi lain dari pajak sebagai fungsi *budgetair*. Di samping usaha untuk memasukkan uang untuk kegunaan kas negara, pajak dimaksudkan pula sebagai usaha pemerintah untuk ikut andil dalam hal mengatur perekonomian masyarakat maupun tatanan sosial masyarakat dan bilamana perlu mengubah susunan pendapatan dan kekayaan masyarakat.

3) Fungsi Stabilitas

Fungsi pajak dalam hal ini adalah sebagai alat kebijakan pemerintah untuk menstabilkan harga masyarakat sehingga inflasi dapat dikendalikan sesuai kebutuhan perekonomian negara, dengan pajak maka pemerintah dapat mengatur peredaran uang di masyarakat melalui pemungutan pajak dari masyarakat kepada negara dan selanjutnya menggunakan pajak efektif dan efisien.

4) Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar yang digunakan membiayai semua kepentingan umum dan untuk membiayai pembangunan. Pembiayaan pembangunan dapat membuka kesempatan kerja yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Pembangunan yang memberikan perkembangan proses produksi akan membuat perubahan pada perkembangan teknologi produksi, seterusnya menuntut perubahan pola konsumsi masyarakat. Pasar akan berkembang dengan baik dan menjadikan perubahan sosial perekonomian masyarakat juga.

2.1.2.2 Jenis Pajak

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:56) adapun jenis-jenis pajak sebagai berikut:

1) Pajak Langsung dan Pajak Tidak Langsung

a. Pajak Langsung

Apabila beban pajak yang harus dibayarkan seseorang atau badan (*tax burden*) tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain (*no tax shifting*), maka pajak tersebut digolongkan sebagai pajak langsung. Karena tidak

dapat dilimpahkan kepada pihak lain maka tidak ada yang ditimbulkan dari aktivitas pelimpahan tersebut (*tax incidence*).

- b. Pajak Tidak Langsung
Digolongkan ke dalam pajak tidak langsung apabila beban pajak yang harus dibayarkan oleh seseorang atau bada (*tax burden*) baik seluruhnya maupun sebagian kepada pihak lain. Akibat dari pengalihan atau pelimpahan tersebut maka *tax incidence* pada akhirnya dibebankan sebagian atau seluruhnya pada pihak lain.
- 2) Pajak Subyektif dan Pajak Obyektif
 - a. Pajak Sbuyektif
Pajak yang erat hubungannya dengan subyek yang dikenakan pajak dan besarnya sangat dipengaruhi keadaan dari subyek pajak maka digolongkan ke dalam Pajak Subyektif. Pajak ini memberikan focus perhatian pada keadaan Wajib Pajak, sehingga pada saat menetapkan pajaknya maka diberi alasan obyektif yang berhubungan erat dengan keadaan Wajib Pajak.
 - b. Pajak Obyektif
Apabila pajak erat hubungannya dengan obyek pajak maka digolongkan ke dalam pajak obyektif. Besarnya jumlah pajak ditentukan pada keadaan obyek dan tidak dipengaruhi sama sekali oleh keadaan subyek pajak. Obyek dapat berupa sesuatu, keadaan, perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar pajak, kemudian ditentukan selanjutnya subyek pajak yang memiliki hukum tertentu hubungan dengan obyek pajak tersebut agar dapat ditunjuk siapa sebagai subyek pajak tersebut.
 - 3) Pajak Pusat dan Daerah
Pajak digolongkan ke dalam pajak pusat atau pajak daerah dilihat dari kriteria lembaga atau instansi yang melakukan pemungutan pajak. Apabila yang melakukan administrasi pajaknya adalah Pemerintah Pusat yaitu Direktorat Jendral Pajak Departemen Keuangan maka pajak tersebut digolongkan ke dalam jenis pajak pusat. Apabila pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah melalui Dinas Pendapatan Daerah maka digolongkan kedalam pajak daerah.

2.1.2.3 Indikator Pajak

Menurut (Ranawati dan Hernawati (2015:70) menjelaskan bahwa:

“Pajak atas penghasilan diperoleh atau diterima badan usaha yang bertempat di Indonesia. Besar penghasilannya tergantung pada jumlah besarnya sebelum pajak. Pajak dalam penelitian ini diukur dengan *Effective tax rate (ETR)*”.

Menurut Thesa Refgia (2017) *Effective tax rate* merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi dengan *differed tax expense* dibagi dengan laba kena pajak.

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Pre-Tax Income}}$$

2.1.3 Pengertian *Tunneling Incentive*

Menurut Suparji (2012:67) mendefinisikan *tunneling incentive* sebagai berikut:

“*Tunneling incentive* adalah eksplorasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing akan menurunkan nilai perusahaan sehingga menurunkan nilai perusahaan sehingga merugikan pemegang saham non pengendali”.

Demikian menurut Wijaya dan Anisa (2020) mendefinisikan *tunneling incentive* sebagai berikut:

“*Tunneling incentive* merupakan sebuah tindakan pemindahan asset, keuntungan, serta hak istimewa yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas yang mana bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan membebankan kerugian kepada pemegang saham minoritas”.

Supriyati, et al. (2021:103) menyatakan *tunnelling incentive* sebagai berikut:

“*Tunneling incentive* berdasarkan jenisnya dibedakan menjadi dua bentuk. Pertama, melalui transaksi antar perusahaan dengan pemilik. Pengalihan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat dilakukan pemegang saham mayoritas kepada dirinya sendiri melalui pemberian pinjaman, penjualan, serta kompensasi eksekutif, dan yang lainnya. Kedua, dengan membebankan kerugian kepada pemegang saham minoritas. Artinya, peningkatan porsi bagian dalam perusahaan dengan tidak perlu mengalihkan asset melalui penerbitan saham atau transaksi keuangan lainnya dapat dilakukan oleh pemegang saham mayoritas”.

2.1.3.1 Indikator *Tunneling Incentive*

Helti Cledy (2020:97) menyatakan *tunneling incentive* sebagai berikut:

“Besarnya kepemilikan saham asing yang melebihi 20%. Entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Penyataan Standar Akuntansi Keuangan PSAK No. 15”.

$$\text{TNC} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan asing 20\%}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100$$

2.2 Kerangka Pemikiran

Pajak menjadi penyuplai APBN terbesar hingga saat ini. Oleh karena itu pihak Direktorat Jendral Pajak (DJP) terus berbenah dalam system perpajakan guna memperbaiki penerimanya. Namun dalam hal tersebut realisasi penerimaan pajak masih terganggu dengan adanya praktik *transfer pricing*.

Banyaknya perusahaan yang masih menganggap pajak adalah suatu beban sehingga masih sering terjadinya penghindaran pajak. Hal tersebut dilakukan guna menekan biaya yang akan mengurangi laba suatu perusahaan. Ada beberapa variabel yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu, pajak dan *tunneling incentive*.

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara bagi orang pribadi dan badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Tunneling Incentive berupa transfer asset dan laba perusahaan untuk keuntungan dari pemilik mayoritas. Pemegang saham mayoritas mentransfer asset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan. Perusahaan dengan pemegang saham kendali oleh asing dapat disebut sebagai perusahaan dengan tingkat *transfer pricing* yang tinggi. Maka kerangka pemikiran pada penelitian ini

akan menjelaskan mengenai adanya pengaruh pajak dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

2.2.1 Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pajak yang tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak dengan cara *transfer pricing*. Melalui penerapan *transfer pricing*, perusahaan dapat melakukan pelaporan rugi sehingga tidak harus membayar pajak. *Transfer Pricing* dilakukan dengan cara mentransfer keuntungan perusahaan multinasional dengan negara berbeda, bertujuan agar keuntungan perusahaan menjadi tinggi dan pajak yang dibayarkan menjadi lebih rendah.

Menurut Anang Mury Kurniawan (2014:01) mengungkapkan keterkaitan antara pajak dengan *transfer pricing* sebagai berikut:

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

Menurut Darussalam dkk (2013:53) menyatakan teori keterkaitan pajak dengan *transfer pricing* sebagai berikut:

“Manipulasi *transfer pricing* pada dasarnya sangat merugikan. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika otoritas pajak di berbagai negara semakin memiliki kesadaran atas manipulasi *transfer pricing*, yang ditunjukkan dengan meningkatnya pemeriksaan *transfer*

pricing, memperbaiki ketentuan domestic, hingga meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia”.

Hal serupa di ungkapkan oleh John Neighbour dalam Anita Kamilah (2016:80) menyatakan teori keterkaitan antara Pajak terhadap *Transfer Pricing* sebagai berikut:

“Pencegahan pengalihan atas laba dilakukan dengan berbagai macam cara, yang pertama otoritas pajak di berbagai negara membuat aturan *transfer pricing*, kedua persyaratan dokumen yang lengkap dan yang ketiga pemeriksaan pajak terhadap perusahaan yang melakukan *transfer pricing*”.

Hal serupa di ungkapkan oleh Siti Kurnia Rahayu (2018) menyatakan teori keterkaitan antara Pajak terhadap *Transfer Pricing* sebagai berikut:

“Kedua perusahaan baik perusahaan anak dan perusahaan induk ini melakukan transaksi yang diatur sedemikian rupa sehingga perusahaan yang berada di Indonesia menderita kerugian namun bisnisnya di luar Indonesia mengalami keuntungan”.

Konsep-konsep diatas didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017), Radhi Abdul Halim Rachmat (2019), Muhammad Sani K dkk (2018) menunjukkan bahwa variabel pajak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan premis-premis diatas baik dari konsep maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis satu (Ho) penelitian ini adalah adanya pengaruh Pajak terhadap *Tansfer Pricing*.

2.2.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Perbedaan struktur kepemilikan berpengaruh pada jenis masalah kagenan yang ditimbulkan, Adanya kepemilikan saham mayoritas menimbulkan konflik antara pemegang saham minoritas dan mayoritas. Dan aktivitas yang terjadi yaitu pengalihan asset dan laba keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas.

Menurut Johnson (2000:22) menyatakan teori keterkaitan antara *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* sebagai berikut:

“*Tunneling Incentive* muncul dalam dua bentuk yaitu: yang pertama, pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya sendiri dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan penjualan asset, kontra harga transfer kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya. Bentuk kedua adalah pemegang saham pengendali dapat meningkatkan bagiannya atas perusahaan tanpa memindahkan asset melalui penerbitan saham dilutif atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non-pengendali”.

Menurut Mispuyati (2015:67) menyatakan teori keterkaitan antara *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* sebagai berikut:

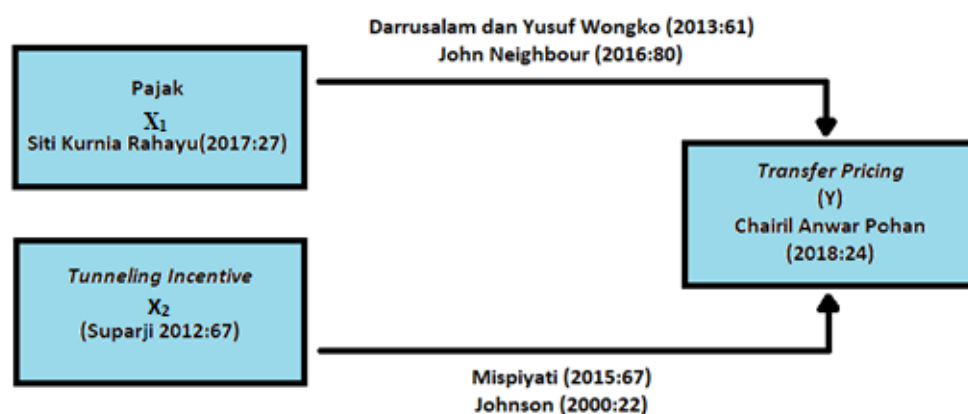
“Transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunitis oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan tunneling. Adapun transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau asset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut”.

Konsep-konsep diatas didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wastam Wahyu dkk (2019), Thesa Refgia (2017) dan Muhamad

Sani Kurniawan dkk (2018) menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan premis-premis diatas baik dari konsep maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis dua (H_a) penelitian ini adalah adanya pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Tansfer Pricing*.

Berdasarkan premis-premis yang telah disebutkan di atas, maka paradigma penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah diuraikan diatas, maka penulis berasumsi mengambil hipotesis sebagai berikut:

Ho : Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

Ha : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*