

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan yang dikembangkan oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976 menjelaskan bahwa praktik minimisasi pajak dan *tunneling incentive* dapat terjadi akibat pemisahan kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Ketika wewenang dialihkan dari prinsipal (pemegang saham) kepada agen (manajemen), timbul potensi konflik kepentingan karena adanya asimetri informasi antara kedua pihak (Fadilla & Henry, 2024).

Teori agensi adalah teori yang menyatakan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) dan pihak yang menerima wewenang (agen). Teori agensi ini muncul ketika ada sebuah hubungan kerja antara satu orang atau lebih, (prinsipal) memberi wewenang dan bekerja sama dengan orang lain (agen) untuk menerima wewenang dan menjalankan perusahaannya (Zoebar & Miftah, 2020).

Di sisi yang lain para manajer berusaha memaksimalkan return yang berasal dari pengelolaan sumber daya yang telah diserahkan kepada agen dan upaya ini bergantung pada imbalan jasa yang dibayarkan kepada agen (Herawaty & Anne, 2019). Setiap unit bisnis pada perusahaan dapat membeli dan menjual ke perusahaan lainnya. Setiap entitas bisnis memiliki tanggung jawab manajerialnya masing-masing, seperti maksimalisasi penggunaan sumber daya, keuntungan lini

produk, keuntungan total perusahaan, pengurangan biaya, dan minimalisasi resiko. Berdasarkan *Statement of Financial Accounting Standards* (SFAS) No. 7 tahun 2010, suatu perusahaan berelasi apabila satu perusahaan memiliki peran untuk mengendalikan perusahaan lain atau memberikan pengaruh 15 signifikan terhadap suatu entitas bisnis pada pengambilan keputusan. Transaksi antar entitas berelasi adalah transfer sumber daya atau obligasi oleh entitas yang memiliki hubungan khusus, terlepas dari perihal harganya. Teori agensi memperkirakan adanya perbedaan keinginan antara manajemen dengan pemegang saham yang mengakibatkan adanya permasalahan, dimana manajer lebih memprioritaskan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri dibandingkan dengan keuntungan dari pemegang saham.

Pada kasus *Transfer Pricing* dapat terjadi jika terdapat transaksi antar entitas bisnis yang memiliki hubungan istimewa. Hal ini menjadi peluang transaksi dengan entitas terkait yang menyebabkan terjadinya benturan kepentingan, hal ini sesuai dengan teori agensi (Jensen, 2009). Pada perusahaan tertentu yang memiliki banyak divisi dalam satu grup tentu akan memiliki berbagai kepentingan yang bertentangan dengan berbagai tugas yang berbeda. Hal ini dapat membuat pemegang saham menjadi rugi, hal ini dikarenakan pemegang saham tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga berkaitan dengan praktek *Transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan. Dalam konteks *Transfer Pricing*, manajemen perusahaan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan investor dan kreditor lainnya. Selain itu, manajemen selaku agen diberikan wewenang untuk

mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *Transfer Pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus.

Hubungan antara teori keagenan dan *Transfer Pricing* berasal dari prinsip dasar sifat manusia yaitu setiap orang memiliki kecenderungan mementingkan diri sendiri, yang mengarah pada masalah keagenan ketika pihak-pihak dengan kepentingan berbeda berkolaborasi dalam berbagai pembagian tugas. (Indriaswati dalam Cledy & Amin, 2020). Pemilik yang tidak menjalankan bisnis secara pribadi mungkin mengalami masalah keagenan. Dengan kekuasaan yang diberikan, manajemen mampu mengabaikan kepentingan pemegang saham dan memanfaatkannya untuk menerapkan *Transfer Pricing* (Cledy & Amin, 2020).

2.1.1 *Transfer Pricing*

Turwanto et al. (2022) menyatakan bahwa *Transfer Pricing* merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk menetapkan harga transaksi antar entitas dalam satu grup, khususnya untuk barang, jasa, atau aset tidak berwujud, dengan tujuan mengurangi total beban pajak. Praktik ini kerap dilakukan melalui penetapan harga yang tidak sesuai dengan nilai pasar, sehingga memungkinkan terjadinya pengalihan laba mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *Transfer Pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak.

Hubungan antara teori keagenan dan *Transfer Pricing* berasal dari prinsip dasar sifat manusia yaitu setiap orang memiliki kecenderungan mementingkan diri sendiri, yang mengarah pada masalah keagenan ketika pihak-pihak dengan kepentingan berbeda berkolaborasi dalam berbagai pembagian tugas. (Indriaswati

dalam Cledy & Amin, 2020). Pemilik yang tidak menjalankan bisnis secara pribadi mungkin mengalami masalah keagenan. Dengan kekuasaan yang diberikan, manajemen mampu mengabaikan kepentingan pemegang saham dan memanfaatkannya untuk menerapkan *Transfer Pricing* (Cledy & Amin, 2020).

Turwanto et al. (2022) menyatakan bahwa *Transfer Pricing* merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk menetapkan harga transaksi antar entitas dalam satu grup, khususnya untuk barang, jasa, atau aset tidak berwujud, dengan tujuan mengurangi total beban pajak. Praktik ini kerap dilakukan melalui penetapan harga yang tidak sesuai dengan nilai pasar, sehingga memungkinkan terjadinya pengalihan laba dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah.

Maulana (2022) mengemukakan bahwa *Transfer Pricing* umumnya terjadi dalam transaksi antar perusahaan afiliasi lintas negara dengan tujuan mengalihkan beban pajak dari negara bertarif tinggi ke negara bertarif rendah. Ia menekankan pentingnya penerapan prinsip kewajaran atau arm's length principle, di mana harga transaksi harus mencerminkan nilai pasar yang wajar seandainya dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan khusus.

Arham et al. (2020) menjelaskan bahwa *Transfer Pricing* merupakan mekanisme yang dimanfaatkan perusahaan untuk mengatur distribusi laba antar entitas afiliasi dengan memanfaatkan perbedaan kebijakan perpajakan antar negara. Strategi ini bertujuan untuk menekan beban pajak secara keseluruhan melalui pengalihan laba ke negara dengan tarif pajak lebih rendah, menggunakan metode penetapan harga yang sesuai dengan ketentuan perpajakan masing-masing yurisdiksi.

Transfer Pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menemukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi financial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *Transfer Pricing*, yaitu *intra-company* dan *inter-company Transfer Pricing*. *Intra company Transfer Pricing* merupakan *Transfer Pricing* antar divisi dalam satu perusahaan (Safira et al, 2021). Sehingga saat ini *Transfer Pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak. Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 juga mengatur tentang *Transfer Pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan 28 prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

Transfer Pricing mengakibatkan total pajak yang dibayar perusahaan lazimnya menjadi lebih rendah. Hal tersebut mendorong terjadinya pergeseran pendapatan dan laba yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (Jacob dalam Saraswati & Sujana (2017). Terdapat dua kelompok transaksi dalam *Transfer Pricing*, yaitu intracompany dan intercompany *Transfer Pricing*. *Intracompany Transfer Pricing* merupakan *Transfer Pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *intercompany Transfer Pricing* merupakan *Transfer Pricing* antar dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (domestic *Transfer Pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international Transfer Pricing*). Menurut PSAK 224 yang mengatur tentang pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan transaksi antara perusahaan pelapor dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

$$TPC = \frac{Piutang\ Pihak\ Berelasi}{Total\ Piutang\ Perusahaan} \times 100\%$$

2.1.2 Pajak

Pajak merupakan salah satu sumber dana penting bagi negara sebagai penerimaan dana untuk pembiayaan pembangunan negara. Pajak penghasilan merupakan salah satu jenis pajak yang memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara. Menurut (Kurniawan & Limajatini, 2023) pajak merupakan pungutan wajib yang dibayarkan oleh warga negara kepada negara, yang manfaatnya tidak langsung dirasakan oleh pembayar pajak, tetapi digunakan untuk kepentingan umum. Pajak merupakan kewajiban yang timbul berdasarkan undang-undang, yang harus dibayar oleh seseorang yang memenuhi syarat tertentu kepada kas negara, pembayaran ini tidak dapat ditolak dan tidak terdapat imbalan yang diberikan secara langsung melainkan untuk membiayai pengeluaran negara, baik rutin maupun pembangunan dan untuk mencapai tujuan dibidang (Simbolon & Herijawati, 2023). Menurut Narwanti (2018), pajak merupakan kewajiban yang dibebankan kepada individu atau badan hukum secara memaksa sesuai dengan ketentuan undang-undang, tanpa imbalan langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat. Menurut Mardiasmo (2020), pajak merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh individu atau badan kepada negara berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, bersifat memaksa, dan tidak disertai imbalan langsung, namun hasilnya digunakan untuk membiayai kepentingan publik. Sejalan dengan itu, Waluyo (2020) menjelaskan bahwa pajak adalah iuran wajib dari masyarakat

kepada negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Variabel pajak diukur menggunakan *effective tax rate* (ETR), yaitu rasio antara beban pajak yang dikurangi dengan pajak tangguhan terhadap laba kena pajak (Yuniasih et al., 2012). Pengukuran ETR dilakukan dengan membagi selisih antara beban pajak kini dan pajak tangguhan dengan laba sebelum pajak.

$$ETR = \frac{Beban\ Pajak\ -\ Pajak\ Tangguhan}{Laba\ Kena\ Pajak}$$

2.1.2.1 *Exchange Rate*

Exchange Rate memiliki dua efek akuntansi, yaitu pada proses memasukkan transaksi yang menggunakan mata uang asing dan pada pengungkapan laba rugi perusahaan secara keseluruhan (Putri & Lindawati, 2023). Perusahaan yang memiliki operasi bisnis lintas negara tidak dapat terhindar dari risiko ini apabila tidak menerapkan lindung nilai (Winarso & Hardyanti, 2019). *Exchange Rate* atau nilai tukar mata uang atau yang sering disebut dengan kurs adalah harga satu unit mata uang asing dalam mata uang domestik atau dapat juga dikatakan harga mata uang domestik terhadap mata uang asing (Mayantya, 2018).

Todaro & Smith (2020) memandang *Exchange Rate* sebagai perbandingan harga antara dua mata uang yang berperan strategis dalam menjaga keseimbangan neraca pembayaran serta menentukan daya saing internasional suatu negara. Sementara itu, Boediono (2020) menjelaskan bahwa *Exchange Rate* terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar valuta asing. Sejalan dengan itu, Kuncoro (2020) menegaskan bahwa *Exchange Rate* merupakan

indikator penting yang mencerminkan tingkat konversi mata uang domestik ke mata uang asing, serta berdampak langsung pada kinerja ekspor, impor, dan tingkat inflasi. Perbedaan nilai tukar *riil* dengan nilai tukar nominal penting untuk dipahami karena keduanya mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap risiko nilai tukar. Perubahan nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang aman yang menjadikan perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap posisi persaingan relatif antara perusahaan domestik dengan pesaing luar negerinya dan tidak ada pengaruh terhadap aliran kas. 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.

Variabel *Exchange Rate* diukur dari keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing (Mulyani et al, 2020). *Exchange Rate* dihitung dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi penjualan dengan rumus berikut ini :

$$Rate = \frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs (Exchange)}}{\text{Laba Rugi sebelum pajak}}$$

2.1.2.2 *Intangible Asset*

Intangible Assets merupakan suatu aset yang tidak memiliki bentuk fisik dan dihasilkan sebagai hasil dari kontrak hukum, ekonomi, atau sosial. *Intangible Assets* merupakan aset tidak berwujud fisik dan termasuk kategori aset non moneter

jasa serta dapat disewakan kepada pihak lain atau untuk keperluan administrasi perusahaan (Surianto et al., 2023). *Intangible Asset* yang bisa diidentifikasi terpisah akan dihubungkan dengan hak tertentu serta keistimewaan sepanjang periode manfaat yang terbatas. Sedangkan *Intangible Asset* yang tidak bisa diidentifikasi merupakan aset yang bisa dilakukan pengembangan melalui internal maupun bisa dibeli tetapi tidak bisa diidentifikasi dan memiliki masa manfaat yang tidak terhingga, seperti riset dan pengembangan, *goodwill*, iklan, inovasi produk, dan lain-lain (Hayani & Darmawati, 2023).

Jika ada kemungkinan bahwa aset tersebut akan memberikan keuntungan keuangan masa depan bagi perusahaan dan biayanya dapat diukur dengan tepat, aset tersebut dapat diakui sebagai aset tak berwujud. Manfaat ekonomi masa depan yang timbul dari aset tak berwujud dapat mencakup beberapa hal, seperti jual beli jasa dan barang, upayahemat biaya, ataupun manfaat lain yang berasal dari penggunaan aset tak berwujud oleh suatu perusahaan. Mustapa et al. (2022) menjelaskan *Intangible Asset* atau aset tak berwujud dapat dikualifikasikan menjadi beberapa macam seperti hak paten (*patent*), hak cipta (*copyright*), merek dagang, *franchise*, *goodwill*, *leasehold*, royalti, maupun pengembangan atau penelitian untuk menghasilkan kekayaan atau asset.

Azzuhriyyah & Kurnia (2023) mengatakan bahwa aset tak berwujud cenderung lebih sulit untuk diukur atau dinilai dibandingkan dengan asset berwujud. Hal tersebut seringkali dapat dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk mentransfer aset tak berwujudnya kepada anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki. Aset tidak berwujud dapat diperoleh dengan

cara sebagai berikut:

1. Pembelian tunai biaya perolehan aset tidak berwujud terdiri atas harga beli, termasuk bea masuk (*impor*), pajak yang sifatnya tidak dapat direstitusi (*non-refundable*) dan semua pengeluaran yang dapat dikaitkan langsung dalam mempersiapkan aset tersebut sehingga siap digunakan sesuai dengan tujuan.
2. Pembelian angsuran aset tidak berwujud yang dibeli secara kredit, biaya perolehannya sebesar nilai tunainya. Selisih antara jumlah pembayaran dengan nilai tunai dicatat sebagai beban bunga ditangguhkan.
3. Pertukaran aset tak berwujud yang diperoleh melalui pertukaran aset sejenis atau pertukaran aset tidak sejenis. Biaya perolehan aset tidak berwujud diukur sebesar nilai wajar aset yang diterima, yang sama dengan nilai wajar aset yang diserahkan setelah diperhitungkan jumlah uang tunai atau kas yang diserahkan.
4. Ditukar dengan instrumen ekuitas perusahaan aset tidak berwujud yang diperoleh dengan menukarnya dengan instrumen perusahaan pelapor, biaya perolehannya adalah nilai wajar instrumen yang diterbitkan yaitu sama dengan nilai wajar aset.

Pengukuran variabel *Intangible Asset* dilakukan dengan R&D (*research and development*) menggunakan pengukuran dengan variabel dummy, dimana jika perusahaan menyajikan biaya penelitian dan pengembangan dalam laporan keuangannya, maka skornya adalah 1. Jika tidak, maka skornya adalah 0 (Fadilla, 2024). Dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Tang} = \frac{\text{Aset Tak Berwujud}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.2.3 Tunneling Incentive

Perbedaan kepentingan dan kebutuhan pemegang saham pengendali dengan pemegang saham minoritas dapat menimbulkan suatu konflik, yang disebabkan pemegang saham pengendali lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek, seperti mengambil keuntungan dari sumber daya atau kekayaan perusahaan, daripada mencapai investasi yang menguntungkan dalam jangka panjang. Praktik pengambilan keuntungan sepihak oleh pemegang saham pengendali untuk kepentingannya sendiri yang dibebankan pada pemegang saham minoritas dikenal dengan istilah tunneling. Tunneling adalah kegiatan pemindahan aset atau keuntungan keluar perusahaan untuk keuntungan pemegang saham pengendali (Johnson et al. dalam Miner & Paramitha, 2021).

Tunneling incentive terjadi dalam dua bentuk, yaitu pemegang saham pengendali memiliki peluang untuk mengambil alih aset atau keuntungan perusahaan melalui transaksi yang dilakukan antara perusahaan dan dirinya sendiri. Transaksi tersebut baik dalam bentuk penjualan aset, kontrak harga transfer, kompensasi eksekutif, maupun pemberian pinjaman kepada pemegang saham pengendali. Bentuk kedua yaitu pemegang saham pengendali memiliki peluang untuk memperbesar porsi kepemilikannya di perusahaan tanpa memindahkan aset dengan menerbitkan saham baru yang dihargai lebih rendah dari nilai pasarnya atau

(Ramadhan et al., 2022).

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan tunneling incentive adalah suatu prilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan. Transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistis oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan tunneling. Adapun transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali (Ainiyah & Yuliana, 2022).

Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut. Praktik *Transfer Pricing* ini jelas akan menguntungkan bagi perusahaan induk sebagai pemegang saham mayoritas. Misalnya perusahaan anak menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga dibawah harga pasar, maka hal tersebut akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh perusahaan anak yang mengakibatkan laba perusahaan mereka akan semakin kecil dari yang seharusnya, sedangkan laba perusahaan induk akan semakin besar, atau perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang lebih tinggi dari harga wajar, maka hal tersebut juga akan mempengaruhi laba yang akan diterima oleh perusahaan anak karena adanya pembebanan biaya bahan baku yang besar, sedangkan perusahaan induk akan sangat diuntungkan dengan hal tersebut. Pemegang saham minoritas akan sangat

dirugikan dengan adanya praktik *Transfer Pricing* ini. Dividen yang akan mereka terima akan semakin kecil atau mungkin sampai tidak ada pembagian dividen karena perusahaan mengalami kerugian akibat pembebanan biaya yang terlalu besar atau laba yang kecil akibat harga jual produknya dibawah harga pasar sehingga tidak ada dividen yang dibagikan.

Pengukuran variabel *tunneling incentive* mengacu pada ketentuan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15. Dalam penelitian ini, *tunneling incentive* diperiksakan melalui indikator-indikator tertentu yang sesuai dengan prinsip hubungan istimewa sebagaimana diatur dalam standar tersebut.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Besar}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi dasar dalam memperkuat kerangka teori dan arah analisis dalam studi ini. Dengan mengkaji studi sebelumnya, peneliti dapat memahami keterkaitan antar variabel serta membandingkan hasil yang relevan.

Beberapa penelitian yang mendukung kajian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

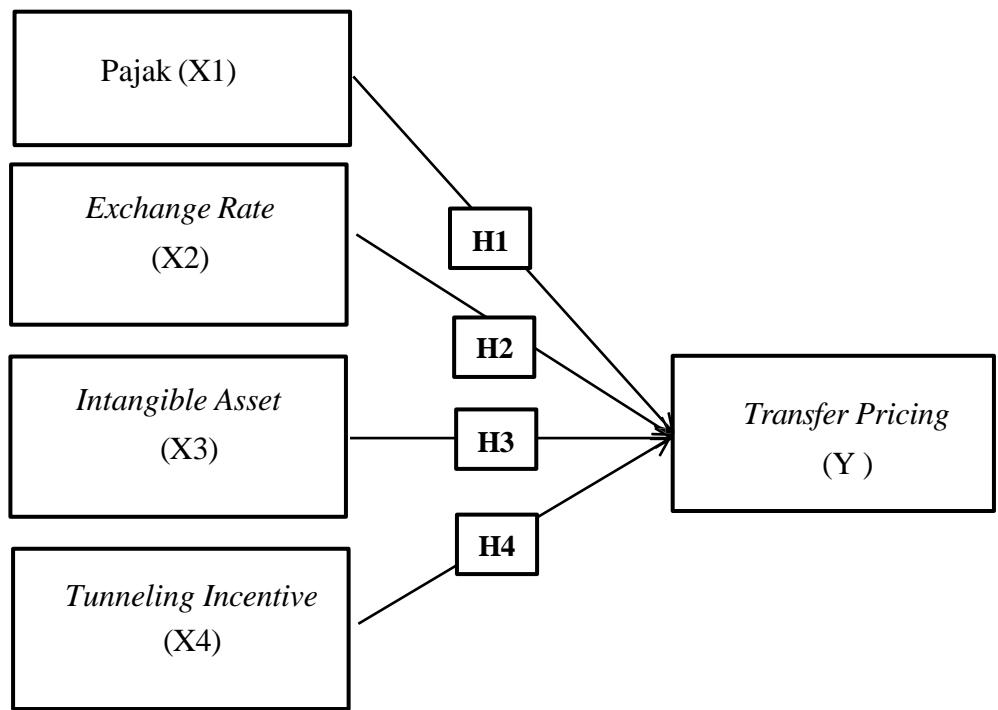
No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wiharja & Sutandi (2023)	Pengaruh <i>Effective Tax Rate, Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Perusahaan IDX30 BEI 2017–2021)	<i>Effective tax rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> , sementara <i>tunneling incentive</i> dan <i>debt covenant</i> berpengaruh positif signifikan. Penelitian ini berbeda karena fokus sektor dan periode observasi.
2	Herlina & Murniati (2023)	<i>Effect of Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanism on Transfer Pricing Decision</i>	<i>Effective tax rate</i> berpengaruh positif signifikan, sementara <i>tunneling incentive</i> tidak signifikan dan <i>bonus mechanism</i> berpengaruh negatif. Penelitian sekarang menambahkan variabel
3	Fazwa & Islahuddin (2022)	<i>The Influence of Tax Planning, Tunneling Incentive, Intangible Asset, and Profitability on Transfer Pricing Decisions</i>	<i>Intangible Asset</i> dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan; tax planning dan <i>tunneling incentive</i> tidak signifikan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan makanan dan minuman.
4	Kusuma et al. (2022)	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Penelitian sebelumnya fokus pada sektor

			industri dasar dan kimia.
5	Solihin & Utami (2022)	<i>The Effect of Tax, Exchange Rate, and Leverage on Transfer Pricing Policy with Foreign Ownership as Moderating Variable</i>	<i>Exchange Rate</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> , sedangkan pajak tidak berpengaruh. Kepemilikan asing tidak memoderasi hubungan tersebut. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur.
6	Ravensky & Akbar (2021)	Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i> (2017–2019)	Beban pajak dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh, sedangkan bonusmechanism berpengaruh signifikan. Perbedaan metode analisis digunakan: regresi linier vs. regresi data panel.
7	Rahayu et al. (2020)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan profitabilitas berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> , <i>tunneling incentive</i> tidak berpengaruh. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di luar
8	Mineri & Paramitha (2021).	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus dan Profitabilitas terhadap <i>Transfer Pricing</i>	<i>Tunneling incentive</i> Berpengaruh positif, profitabilitas berpengaruh negatif. Perbedaan pada metode analisis (<i>EViews</i> vs. <i>SmartPLS</i>).

9	Purwanto & Tumewu (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan tunneling incentive berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Objek penelitian sebelumnya adalah Perusahaan barang konsumsi.
10	Sari et al. (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Pajak, dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan, pajak berpengaruh negatif signifikan, dan debt covenant tidak signifikan. Perbedaan terdapat pada alat analisis (<i>EViews vs. SPSS</i>).
11	Refgia (2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Objek penelitian sebelumnya adalah sektor industri dasar dan kimia.

2.3 Kerangka Pemikiran

Model penelitian yang menggambarkan suatu kerangka konseptual sebagai petunjuk sekaligus tentang Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Intangible Asset*, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*, dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

2.4.1 Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional, dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multi-nasional sudah biasa terjadi. Sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang

mengenakan tarif pajak yang tinggi. Apa bila dalam suatu perusahaan terdapat

pajak yang tinggi, maka tingkat kegiatan *Transfer Pricing* perusahaan tersebut ke anggota atau anak perusahaannya yang menerapkan tarif pajak lebih rendah akan meningkat dan sebaliknya. Praktik *Transfer Pricing* yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya yang tinggi ke negara yang tarif pajaknya rendah. Dengan demikian kewajiban perusahaan membayar pajak akan lebih kecil dari yang seharusnya.

Pajak merupakan kewajiban finansial yang harus dipenuhi oleh perusahaan sebagai subjek pajak. Karena pajak berfungsi sebagai beban yang dapat mengurangi laba, perusahaan memiliki motivasi untuk mengurangi pembayaran pajak guna mempertahankan laba yang lebih tinggi. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya adalah melalui perencanaan pajak, dan salah satu aspek dari perencanaan tersebut adalah praktik *Transfer Pricing*. *Transfer Pricing* umumnya dilakukan oleh perusahaan multinasional yang beroperasi di berbagai negara. Dalam praktik *Transfer Pricing*, perusahaan multinasional dengan hubungan istimewa memanfaatkan perbedaan tarif pajak antar negara. Semakin tinggi tarif pajak di suatu negara, semakin besar peluang bagi perusahaan untuk memanipulasi *Transfer Pricing* guna mengarahkan pendapatannya ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan total beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan Saputra (2023) pajak berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*. Artinya jika tarif pajak suatu negara tinggi maka akan meningkatkan tindakan *Transfer Pricing* sebagai upaya penghindaran pajak. Penelitian Nugroho et al. (2018), Nazihah et al. (2019), Rahayu et al. (2022), dan

lainnya yang mengklaim pajak berdampak pada *Transfer Pricing* dan mendukung hal tersebut.

H1: Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Pertamangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024.

2.4.2 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Perubahan nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang sama yang menjadikan perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap posisi persaingan relatif antara perusahaan domestik dengan pesaing luar negerinya dan tidak ada pengaruh terhadap aliran kas (Safira et al., 2021). Tingkat bunga di mana satu mata uang dapat dikonversi ke mata uang lain untuk membayar barang dan jasa di masa depan dikenal sebagai nilai tukar (Cahyadi & Noviari, 2018). Hal ini karena perusahaan multinasional seringkali memiliki arus kas dalam mata uang, atau memerlukan penyelesaian dalam, banyak mata uang, yang nilainya akan berubah terhadap dolar dari waktu ke waktu. Nilai produk atau layanan yang diperdagangkan akan bervariasi jika nilai tukar berubah. Oleh karena itu, tidak mungkin untuk menentukan berapa banyak uang yang diperlukan untuk membayar barang dan jasa tersebut. Ini berarti bahwa meskipun pemasok bahan baku impor mempertahankan harga satuan yang sama, jumlah mata uang domestik yang diperlukan untuk melakukan pembelian dapat berfluktuasi (Ayshinta et al., 2019).

Exchange Rate mengindikasikan seberapa banyak unit mata uang yang dapat dibel

atau ditukarkan dengan satu unit mata uang lainnya. Dalam konteks praktik *Transfer Pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa diluar negeri, perusahaan terlibat dalam transaksi yang melibatkan mata uang asing, dan hal ini tidak terlepas dari perubahan nilai tukar mata uang asing terhadap mata uang rupiah. Nilai tukar antar mata uang bersifat fluktuatif, dan perubahan ini dapat berdampak pada laba perusahaan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi. besarnya beban pajak. Perusahaan multinasional berusaha untuk mengurangi risiko nilai tukar mata uang asing dengan melakukan *Transfer Pricing* dan memindahkan dana ke mata uang yang lebih stabil.

Penelitian mengenai *Exchange Rate* telah dilakukan oleh Fahira (2022) menghasilkan bahwa *Exchange Rate* berpengaruh positif, dan menurut Penelitian yang dilakukan oleh Viviany (2018), Ayshinta et al. (2019) menunjukkan bahwa nilai tukar berdampak positif pada *Transfer Pricing*, yang mengindikasikan bahwa pertimbangan perusahaan dalam menerapkan *Transfer Pricing* akan dipengaruhi oleh penguatan nilai tukar mata uang asing. Artinya semakin tinggi nilai tukar mata uang asing terhadap rupiah akan menyebabkan meningkatnya tindakan *Transfer Pricing* sebagai akibat dari kerugian yang terjadi pada selisih nilai tukar mata uang. hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: *Exchange Rate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024.

2.4.3 Pengaruh *Intangible Asset* terhadap *Transfer Pricing*

Aset tidak berwujud adalah aset tanpa eksistensi fisik yang umur ekonomisnya panjang sangat berguna dalam setiap aktivitas operasi Perusahaan (Husna &

Wulandari, 2022). Aset tidak berwujud memiliki ciri khas yang sulit untuk dideteksi dan dapat digunakan oleh manajer perusahaan untuk memenuhi kepentingan perusahaan. Sebagai salah satu asset yang sulit dideteksi maka perusahaan akan memiliki peluang untuk mentransfer aset tidak berwujud ke perusahaan di satu grup pada wilayah yang bertarif pajak rendah ataupun pada perusahaan yang memiliki hubungan yang kuat dengan perusahaan tersebut (Jafri & Mustikasari, 2018). Aset tidak berwujud yang kerap terjadi penggeseran kekayaan intelektual antar grup yaitu biaya penelitian dan pengembangan (Wulandari et al., 2021).

Motivasi perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* dapat muncul dalam perusahaan yang cukup besar. Aset tak berwujud yang signifikan dalam perusahaan akan menarik perhatian pemerintah. Hal ini dapat menimbulkan beban baru bagi perusahaan karena perhatian pemerintah terhadap besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan yang memiliki aset tak berwujud yang besar. Oleh karena itu, perusahaan berupaya meningkatkan tindakan *Transfer Pricing* dengan cara memindahkan aset tak berwujud ke perusahaan di negara lain yang dimiliki oleh pemilik perusahaan (Riyan & Afriyani, 2023). Terkait dengan *Intangible Assets* (aset tidak berwujud), perusahaan yang menerapkan skema bonus cenderung memilih metode amortisasi yang dapat meningkatkan keuntungan tahunan perusahaan.

Penilaian nilai aset tidak berwujud menjadi sulit, sehingga menentukan nilai transfer pembayaran (royalti) berdasarkan harga wajar juga suatu tantangan. Perusahaan multinasional secara strategis mengalokasikan kembali asset (Jafri & Mustikasari, 2018). Aset tidak berwujud yang kerap terjadi penggeseran kekayaan

intelektual antar grup yaitu biaya penelitian dan pengembangan (Wulandari et al., 2021).

Motivasi perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* dapat muncul dalam perusahaan yang cukup besar. Aset tak berwujud yang signifikan dalam perusahaan akan menarik perhatian pemerintah. Hal ini dapat menimbulkan beban baru bagi perusahaan karena perhatian pemerintah terhadap besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan yang memiliki aset tak berwujud yang besar. Oleh karena itu, perusahaan berupaya meningkatkan tindakan *Transfer Pricing* dengan cara memindahkan aset tak berwujud ke perusahaan di negara lain yang dimiliki oleh pemilik perusahaan (Riyan & Afridayani, 2023). Terkait dengan *Intangible Assets* (aset tidak berwujud), perusahaan yang menerapkan skema bonus cenderung memilih metode amortisasi yang dapat meningkatkan keuntungan tahunan perusahaan.

Penilaian nilai aset tidak berwujud menjadi sulit, sehingga menentukan nilai transfer pembayaran (royalti) berdasarkan harga wajar juga suatu tantangan. Perusahaan multinasional secara strategis mengalokasikan kembali asset tidak berwujud mereka ke entitas yang berada di negara dengan tarif pajak rendah untuk menerima royalti dari entitas terkait yang beroperasi di negara dengan tarif pajak tinggi (Purwaningsih et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Cheisviyanny (2020), Novira et al. (2020), dan Apriani et al. (2021) menyatakan bahwa *Intangible Assets* memiliki pengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*. Hal tersebut berarti semakin besar aset tidak berwujud, semakin tinggi keinginan perusahaan untuk mentransfer harga dengan mentransfer pendapatannya.

H3: *Intangible Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024.

2.4.4 Pengaruh Tunneling Incentive terhadap *Transfer Pricing*

Tunneling incentive merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas berupa pemindahan berbagai sumber daya seperti aliran kas, aset maupun ekuitas keluar perusahaan untuk kepentingannya. Suatu pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh kepemilikan saham didalam suatu perusahaan dan banyak sekali konflik keagenan ini yang cenderung terkonsentrasi yang menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Transaksi penjualan atau pembelian ke perusahaan afiliasi dengan harga yang tidak wajar, dilakukan untuk kekuasaan dan insentif kepentingan pemegang saham pengendali tanpa memperhatikan pemegang saham minoritas (Khotimah, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Refgia, 2017), menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wiharja & Sutandi, 2023), menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, Hasil penelitian (Hertanto et al., 2023) menyatakan bahwa meningkatnya tingkat *tunneling incentive* akan mengurangi kebutuhan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini karena insentif tersebut dapat mengurangi ketersediaan dana usaha, sehingga perusahaan tidak perlu lagi menggunakan *Transfer Pricing* untuk memaksimalkan laba. Pemegang saham dengan kepemilikan saham yang besar memiliki

kepentingan yang lebih besar terhadap perusahaan, sehingga mereka cenderung yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024.