

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Keagenan (*Agency Theory*) menjelaskan tentang hubungan antara manajemen laba perusahaan (agen) dengan pemegang saham (*principal*), dalam hal ini adalah manajemen perusahaan atau dewan direksi yang bertindak sebagai pembuat keputusan dalam menjalankan perusahaan atau pemegang saham yang mengevaluasi informasi maupun mengelola jalannya perusahaan. Pola hubungan keagenan ini dapat digunakan untuk kepentingan individual ataupun perusahaan.

Menurut Raharjo (2007) teori agensi berfokus pada dua pihak yaitu *principal* dan agen. *Principal* mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen. *Principal* maupun agen diasumsikan sebagai orang-orang ekonomi yang rasional yang semata-mata termotivasi oleh kepentingan pribadi, tetapi mereka kesulitan membedakan penghargaan atas preferensi, kepercayaan dan informasi. Hak dan kewajiban dari *principal* dan agen dijelaskan dalam sebuah perjanjian kerja yang saling menguntungkan.

Menurut (Yuniasih et al., 2018) hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (*principal*) dikemukakan

oleh teori keagenan, memberi wewenang kepada agen untuk membuat suatu keputusan terbaik bagi *principal*. Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) dijelaskan terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (*principal*) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* dan membatasi perpecahan kepentingannya dengan memberikan tingkat intensif yang layak kepada agen untuk mencegah sesuatu yang buruk dari agen, maka *principal* harus bersedia mengeluarkan biaya pengawasan (*monitoring cost*). Namun sebaliknya teori keagenan dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi maupun konflik kepentingan. Konflik ini terjadi karena ada kecenderungan manajer kurang mementingkan tujuan perusahaan serta lebih mementingkan kepentingan pribadi.

Dalam penelitian (Saraswati dan Sujana, 2019) mereka mengemukakan bahwa *agency conflict* timbul akibat adanya asimetris informasi antara pemilik dan manager daripada tujuan perusahaan. Menurut Colgan (2001) terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan munculnya masalah keagenan yaitu :

a) *Moral Hazard*

Moral Hazard adalah perilaku seseorang saat risiko akibat tindakannya kan di tanggung oleh pihak lain.

b) Penahanan Laba (*Earning Retention*)

Masalah ini terjadi karena kecenderungan untuk melakukn investasi yang berlebihan oleh pihak

manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuatan. *Prestise*, atau penghargaan atas dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

c) Horison Waktu (*Time Horizon*)

Horison waktu terjadi akibat dari kondisi arus kas. Kelebihan arus kas cenderung diinvestasikan dalam hal-hal yang tidak ada kaitannya dengan kegiatan utama perusahaan dimana prinsipan lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti dan memiliki risiko tinggi, sedangkan manajemen cenderung menekankan pada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang mereka miliki dengan risiko yang lebih rendah.

d) Penghindaran Risiko Manajerial (*Manajerial Risk Aversioni*)

Masalah ini muncul ketika ada batasan disersifikasi portofoli yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya.

Dapat disimpulkan bahwa teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan hubungan yang terjadi antara dua pihak yang terkait dimana mereka memiliki kesempatan untuk memakai jasa. Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah bagaimana pihak-pihak yang terlibat didalam perusahaan akan bertindak dimana setiap pihak diasumsikan selalu bertindak untuk kepentingan dirinya sendiri. Kemudian hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* yaitu karena adanya perbedaan kebutuhan dari beberapa direktur atau manajemen yang ada di dalam perusahaan. Manajemen pajak membutuhkan laba kecil tetapi manajemen keuangan memerlukan laba besar.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal pertama kali diperkenalkan oleh (Spence, 1973) yang menjelaskan bahwa pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). *Signaling Theory* adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham, 2011). *Signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini dapat berupa laporan keuangan perusahaan, informasi kebijakan perusahaan maupun informasi lain yang diungkapkan secara sukarela oleh manajemen perusahaan dan

menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan perusahaan lain.

Informasi laporan keuangan dari manajer mengungkapkan bagaimana mereka menerapkan prinsip akuntansi yang menghasilkan laba berkualitas tinggi. Investor kemudian akan dapat membedakan antara perusahaan bernilai tinggi dan perusahaan bernilai rendah. Hubungan teori sinyal dengan *transfer pricing* adalah perusahaan multinasional akan mencoba untuk mengalokasikan pendapatan mereka dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak lebih rendah untuk meminimalisir total beban biaya dan memaksimalkan *profit* perusahaan (Sari & Djohar, 2022). Hubungan teori sinyal dengan *transfer pricing* yaitu memberikan sinyal – sinyal penting kepada perusahaan untuk mengetahui kapan akan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

2.1.2 *Transfer Pricing*

2.1.2.1 Defenisi *Transfer Pricing*

Menurut OECD (*Organization For Economic Cooperation and Development*), *Transfer Pricing* adalah harga dimana perusahaan melakukan transaksi dengan perusahaan terkait. Ketika perusahaan memindahkan barang, aset tidak berwujud, atau jasa ke perusahaan terkait. *Transfer Pricing* adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi. Dari sudut pandang ekonomi,

transfer pricing diartikan sebagai penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama. Sedangkan dari sudut pandang perpajakan, *transfer pricing* didefinisikan sebagai harga yang dibebankan oleh suatu perusahaan atas barang, jasa atau aset tidak berwujud, kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Suandy, 2018).

Pengertian *transfer pricing* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pengertian bersifat netral dan bersifat negative. Pengertian netral mengasumsikan bahwa *transfer pricing* adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa pengurangan beban pajak. Sedangkan pengertian negative mengasumsikan bahwa *transfer pricing* sebagai upaya menghemat beban pajak dengan taktik, antara lain mengeser laba ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah (Resmi, 2013).

Sedangkan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.7, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila salah satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh yang signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya, atau

kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan akan suatu harga yang diperhitungkan.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* adalah suatu keputusan mengenai penentuan harga atas transaksi barang dan jasa kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa sesuai dengan prinsip kewajaran.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Refgina, 2017) konsep perhitungan *transfer pricing* diperoleh dari piutang atas transaksi pihak berelasi dan di bagi dengan total piutang.

Perhitungan *transfer pricing* di rumuskan sebagai berikut :

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

2.1.2.2 Tujuan *Transfer Pricing*

Ada 3 tujuan *transfer pricing* menurut Darussalam, dkk (2013) diantaranya dalah sebagai berikut :

1. Dari sisi hukum perseroan, Tujuan *transfer pricing* digunakan sebagai indikator untuk meningkatkan efesiensi dan sinergi antara perusahaan dengan pemegang sahamnya. Namun dalam kebijakan perusahaan yang melakukan *transfer pricing*, kreditur dan pemegang saham minoritas harus dilindungi dari perlakuan yang tidak adil.

2. Dari sisi akuntansi manajerial, *transfer pricing* digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan dengan cara melalui penentuan barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama. Dari perspektif perpajakan, *transfer pricing* merupakan kebijakan harga yang dibuat oleh perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.
3. Proses kebijakan ini menentukan besaran penghasilan setiap entitas yang terlibat. Perusahaan multinasional menggunakan harga transfer dengan tujuan untuk melakukan penjualan dan pengalihan aset serta jasa dalam grup perusahaan.

2.1.2.3 Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's Length Principle*)

Peraturan Dirjen Pajak No. 32 tahun 2011 menyatakan bahwa Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's Length Principle* / ALP) adalah prinsip yang mengatur jika kondisi dalam transaksi dilakukan oleh perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa yang sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang memiliki hubungan istimewa yang menjadi pembanding, maka harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-

pihak yang memiliki hubungan istimewa harus sama dengan atau berada dalam rentang harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa yang menjadi pembanding.

Berdasarkan peraturan terbaru Undang-Undang No.7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) ada lima (5) metode *transfer pricing* yang dapat digunakan untuk menetapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Metode tersebut adalah sebagai berikut :

1. Metode Perbandingan Harga antara Pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled / CUP*)

Metode ini merupakan metode *transfer pricing* yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga barang atau jasa dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding.

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

Metode ini merupakan metode *transfer pricing* yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam laba

suatu produk 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.

3. Metode Biaya – Plus (*Cost Plus Method*)

Merupakan metode penentuan harga transfer yang dilakukan oleh pihak perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan cara menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari perusahaan yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak perusahaan yang tidak mempunyai hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang berdasarkan dari prinsip *Arm's Length Principle*.

4. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method*)

Merupakan metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksional (*Transactional Profit Method Based*) yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi laba

gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi-bagi oleh pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan menggunakan dasar yang dapat diperoleh secara ekonomi yang membagikan laba selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak perusahaan yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan menggunakan metode kontribusi (*contribution Profit Split Method*).

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

Metode ini merupakan metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan presentasi laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aset atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diterima atas transaksi sebanding dengan pihak perusahaan yang tidak memiliki hubungan istimewa atau presentase laba bersih operasi yang diterima atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

2.1.2.4 Metode *Transfer Pricing*

Menurut (Matz dan Ursy serta Suandy, 2017) Metode *transfer pricing* yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan multinasional dan divisionalisasi yaitu antara lain :

1. Penentuan harga transfer berdasarkan biaya (*Cost Basis Transfer Pricing*)

Metode ini digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan harga transfer atas biaya variabel dan tetap dalam tiga pemilihan bentuk yaitu : biaya penuh (*full cost*), biaya penuh ditambah *mark up* (*full cost plus mark up*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap (*variabel cost plus fixed fee*).

2. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar (*Market basis transfer pricing*)

Metode ini yang digunakan untuk mengukur kinerja divisi yang dapat bersaing karena kemampuan dalam menghasilkan laba. Metode ini ada baiknya digunakan ketika produknya cukup bersaing dan bersifat independen. Namun keterbatasan informasi dalam menggunakan harga transfer merupakan kendala yang sering kali muncul atas berdasarkan harga pasar.

3. Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi (*The negotiated price*)

Pengendalian keuntungan dan pemberian otoritas kepada unit dalam satu grup secara memadai menghendaki adanya *transfer pricing* berdasarkan negosiasi, artinya kedudukan divisi-divisi tersebut berada dalam posisi tawar-menawar (*bargaining position*) yang sama. Namun, negosiasi ini membutuhkan banyak waktu.

4. Penentuan harga transfer berdasarkan arbitrase (*Arbitration transfer pricing*)

Harga transfer pada metode ini berdasarkan interaksi antar divisi dan pada tingkat yang dianggap paling baik untuk kepentingan perusahaan tanpa adanya paksaan oleh salah satu divisi mengenai keputusan akhir. Metode ini mengesampingkan tujuan konsep pusat pertanggungjawaban laba.

2.1.3 Pajak

2.1.3.1 Defenisi Pajak

Dalam penyelenggaraan pembangunan maupun biaya rutin negara, pajak merupakan salah satu bentuk penerimaan negara yang berperan besar. Karena peranan pajak yang besar dan signifikan dalam penerimaan negara, pemerintah selalu melakukan upaya yang maksimal untuk meningkatkan

pembayaran pajak oleh Wajib Pajak Orang Pribadi maupun Wajib Pajak Badan.

Menurut S. I, Djajadiningrat dalam (Resmi, 2019) pajak merupakan suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman. Menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Dalam Undang-Undang Cipta Kerja, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib pajak 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 beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran wajib yang bersifat memaksa namun timbal baliknya tidak didapatkan secara langsung, serta penyelenggaraannya harus berdasarkan Undang-Undang dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.

2.1.3.2 Fungsi Pajak

Menurut (Resmi, 2019) pajak memiliki beberapa fungsi, yaitu :

1. Fungsi *Budgeter* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak memiliki fungsi budgeter sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran baik pengeluaran secara rutin maupun pengeluaran untuk pembangunan, sehingga besar kecilnya penerimaan negara ditentukan oleh besar kecilnya penerimaan dari sektor pajak.

2. Fungsi *Regulated* (Fungsi Pengatur)

Fungsi pengatur artinya pajak sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar sektor keuangan.

3. Fungsi Stabilitas

Fungsi stabilitas sebagai penerimaan negara yang dapat digunakan untuk menjalankan kebijakan-kebijakan pemerintah. Contohnya adalah kebijakan stabilitas harga dengan tujuan untuk menekan inflasi dengan mengatur peredaran uang dimasyarakat lewat pemungutan dan penggunaan pajak yang lebih efisien dan efektif.

2.1.3.3 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut (Resmi, 2019) ada beberapa sistem yang dilakukan dalam pemungutan pajak adalah sebagai berikut :

1. *Official Assesment System*

Official Assesment System merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang aparaturnya untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya. Dalam sistem ini, inisiatif dan kegiatan untuk menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan otoritas pajak. Hal ini berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. *Self Assesment System*

Self Assesment System merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi otoritas pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya menurut Peraturan Perpajakan yang berlaku. Dalam hal ini kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan Wajib Pajak. Wajib Pajak dianggap mampu menghitung jumlah pajaknya dan mengetahui aturan perpajakan yang berlaku dan memiliki integritas yang tinggi serta sadar pentingnya membayar pajak.

3. *With Holding System*

With Holding System merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

2.1.3.4 Tarif Pajak

Tarif pajak adalah besarnya pengenaan pajak yang harus dibayarkan subjek pajak atas objek pajak yang menjadi tanggungannya. Tarif pajak umumnya dinyatakan dalam presentase. Semua jenis pajak mempunyai tarif pajak yang berbeda-beda. Perbedaan tarif pajak disesuaikan dengan sistem Pajak Indonesia yang menggunakan sistem tarif pajak progresif yang disusun sesuai kebijakan pemerintah sesuai keadaan ekonomi negara dan program pembangunan. Menurut (Mardiasmo, 2019) ada 4 macam tarif pajak yaitu :

1. Tarif Pajak Progresif

Tarif Pajak Progresif adalah tarif pemungutan pajak dengan presentase yang semakin meningkat mengikuti pertambahan jumlah pendapatan yang dikenakan pajak.

2. Tarif Pajak degresif

Tarif Pajak Degresif adalah tarif pemungutan pajak dengan presentase yang semakin kecil dengan semakin besarnya jumlah pendapatan yang dikenakan pajak.

3. Tarif Pajak Proporsional

Tarif Pajak Proporsional adalah tarif pemungutan pajak dengan presentase tetap, berapapun jumlah pendapatan yang digunakan sebagai dasar pengenaan pajak.

4. Tarif Pajak Tetap

Tarif pemungutan pajak dengan besar yang sama untuk semua jumlah. Dengan demikian, besarnya pajak yang terutang tidak tergantung pada jumlah yang dikenakan pajak. Contohnya adalah Bea Materai.

Variabel pajak dalam penelitian ini diukur dengan melihat nilai ETR. *Effective Tax Rate* (ETR) pada dasarnya menjadi sebuah presentase atas besarnya tarif pajak yang akan ditanggung oleh perusahaan. Perhitungan tarif efektif pajak dapat dihitung menggunakan GAAP ETR dan *current* ETR. (Khotimah, 2018) Proksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *current* ETR yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Current ETR} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.1.4 Mekanisme Bonus

2.1.4.1 Defenisi Mekanisme Bonus

Menurut (Refgina, 2017) mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan dalam mencapai target

berdasarkan target yang ditetapkan oleh perusahaan. Variabel mekanisme bonus diproksikan dengan Indeks Trend Laba Bersih (INTRENLB). Tidak jarang perusahaan menggunakan laba sebagai mekanisme bonus dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat merekayasa laba tersebut demi memaksimalkan penerimaan bonus.

Dari definisi yang telah dikemukakan dari pendapat ahli, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan kompensasi atau penghargaan yang diberikan kepada direksi apabila dapat memenuhi target yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Mekanisme bonus diartikan sebagai kompensasi diluar gaji kepada direksi atas hasil kerja yang dilakukan yang didasarkan atas prestasi kerja direksi (Santoso & Suzan, 2018). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi dengan memberikan kompensasi tambahan yang ditawarkan untuk memberikan penghargaan kepada manajemen maupun direksi didasarkan atas laba perusahaan.

Proksi yang akan di gunakan adalah *Indeks Trend Laba Bersih* (INTRENDLB). Pengukuran dengan ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Refgina, 2017). *Indeks*

Trend Laba Bersih (INTRENDLB) dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{INTRENDLB} = \frac{\text{Laba Bersih } t}{\text{Laba bersih } t-1} \times 100\%$$

2.1.5 *Profitabilitas*

2.1.5.1 *Defenisi Profitabilitas*

Menurut (Kasmir,2012 Hal:196), “*Profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Rasio *profitabilitas* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan labanya melalui semua kemampuan dan sumber yang ada sehingga diketahui untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut. Untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dapat menggunakan rasio *profitabilitas* tergantung pada informasi yang diambil dari laporan keuangan.

Menurut (Charter, 2012), menyatakan bahwa *profitabilitas* merupakan suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjamin perolehan manfaat, pengorbanan dalam akuntansi keuangan, digambarkan berupa penyusutan atas kas atau atas aset lain,

sedangkan biaya yang muncul akan dibukukan dalam laporan laba rugi selanjutnya disebut dengan beban. Adapun menurut (Sartono, 2010), *profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Dari beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan *profitabilitas* merupakan suatu perusahaan yang menjalankan proses bisnis pasti berorientasi pada tingkat keuntungan atau *profitabilitas* yang akan dicapai, semua usaha akan dilakukan demi mencapai tujuan tersebut. *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau pendapatan. Keuntungan tersebut dijadikan salah satu indikator kinerja perusahaan.

2.1.5.2 Jenis – Jenis *Profitabilitas*

Menurut (Hery, 2019), jenis-jenis rasio *profitabilitas* yang lazim digunakan dalam praktik dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terdiri dari:

1. *Net Profit Margin* (NPM)

Menunjukkan berapa besar presentase pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kinerja perusahaan tersebut semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada

perusahaan tersebut. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Menurut (Hery, 2019), rumus *Net Profit Margin*

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri (*equity*) merupakan indikator yang sangat penting bagi pemegang saham dan calon investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya. ROE sangat menarik bagi pemegang saham maupun calon pemegang saham. Artinya semakin tinggi ROE, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini tentunya merupakan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut. Menurut (Hery, 2019), Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan terhadap kepentingan pemilik. Berikut rumus *Return On Equity* :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

Total Ekuitas

3. *Return On Assets* (ROA)

Rasio ini menggambarkan keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba secara keseluruhan dengan cara membandingkan antara laba sebelum pajak dengan total aset. ROA juga menggambarkan perputaran aktiva diukur dari volume penjualan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dari penggunaan aset. Semakin kecil rasio ini mengindikasikan kurangnya kemampuan manajemen perusahaan dalam hal mengelola aktiva untuk meningkatkan pendapatan dan menekan biaya. ROA merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan manajemen dalam meningkatkan pendapatan keuntungan perusahaan sekaligus untuk menilai kemampuan manajemennya dalam mengendalikan biaya-biaya, maka dengan kata lain dapat menggambarkan produktivitas perusahaan tersebut. ROA di gunakan untuk menganalisis tingkat profitabilitas. ROA dihitung dengan cara membandingkan laba bersih dengan total aset atau aktivanya. Menurut (Hery, 2019), rumus *Return On Asset*:

$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$
--

4. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih disini adalah penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan. Semakin tinggi margin laba kotor berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena tingginya harga jual atau rendahnya Harga Pokok Penjualan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba kotor berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya harga jual atau tingginya Harga Pokok Penjualan. Menurut (Hery, 2019), *Gross Profit Margin* di hitung dengan rumus :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

5. *Operating Profit Margin (OPM)*

Operating Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas

penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional yang terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi. Semakin tinggi margin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena tingginya laba kotor atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah margin laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba kotor atau tingginya beban operasional. Menurut (Hery, 2019), *Operating Profit Margin* di hitung dengan rumus :

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Pada penelitian ini, tingkat *profitabilitas* di hitung dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA). Alasan digunakan Roa karena rasio tersebut mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Semakin besar ROA yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka semakin efisien penggunaan aset sehingga akan memberbesar laba. Semakin rendah *profitabilitas* suatu perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain

semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

2.1.5.3 Tujuan dan Manfaat *Profitabilitas*

Rasio *profitabilitas* tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio *profitabilitas*, baik bagi pemilik perusahaan, manajemen perusahaan maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan (Hery, 2019). Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio *profitabilitas* secara keseluruhan yaitu :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
6. Untuk mengukur margin laba kotor dalam total ekuitas.

7. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih.
8. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.6 Kepemilikan Asing

2.1.6.1 Defenisi Kepemilikan Asing

Kepemilikan Asing adalah kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwakilan dan institusi lainnya (Sanjaya, 2017). Struktur kepemilikan dalam perusahaan timbul karena adanya perbandingan pemilik saham oleh individu, masyarakat luas, pemerintah, pihak asing maupun orang dalam perusahaan tersebut (Tiwa, Saerang & Tirayah, 2017).

Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 2007 yang membahas penanaman modal, menjelaskan bahwa penanaman modal asing merupakan kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah Republik Indonesia yang dilakukan pihak asing, baik modal asing sepenuhnya maupun berpatungan dengan penanaman modal dalam negeri. Karena *transfer pricing* merupakan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan oleh perusahaan dengan pihak asing, maka pemegang saham asing yang memiliki kendali dalam perusahaan memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan

dalam melakukan *transfer pricing* (Kiswanto & Purwaningsih, 2014). Penelitian yang telah dilakukan (Refgina, 2017), Kepemilikan asing dapat diukur dengan cara :

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham asing}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pajak, Mekanisme Bonus, Profitabilitas, Kepemilikan Asing dan *Transfer Pricing* yang ditunjukkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Jurnal	Variabel	Hasil Penelitian
1	Pengaruh <i>Profitabilitas, Debt Covenant</i> dan Mekanisme Bonus terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Dyah Ayu Mawar Sari, Chaidir Djohar No. 2 Vol, 2 Tahun 2022)	<i>Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside</i>	Variabel Independen: <i>Profitabilitas (X1) Debt Covenant (X2) Mekanisme Bonus (X3)</i> Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing (Y)</i>	1. Secara Uji T menyatakan <i>Profitabilitas</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing, Debt covenant</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> dan Mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . 2. Berdasarkan Uji Simultan dengan uji F menyatakan bahwa <i>profitabilitas, Debt covenant</i> dan mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> .
2.	Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Beban Pajak Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Nadiyah Adilah	Jurnal Ilmu Akuntansi	Variabel Independen: Kepemilikan Asing (X1) Ukuran Perusahaan (X2) <i>Leverage</i> (X3)	1. Secara simultan, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Beban Pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .

	et al., Vol. 4 Tahun 2022)		Beban Pajak (X4) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	2. Secara Parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> , sedangkan kepemilikan asing, <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Namun beban pajak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
--	----------------------------	--	---	---

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Judul	Nama Jurnal	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, <i>Exchange Rate</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Tarisa Adinda Choirunnisa et al., Vol. 4 No. 2 Tahun 2022)	Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Universitas Muhammadiyah Tangerang	Variabel Independen: Pajak (X1) Ukuran Perusahaan (X2) <i>Exchange Rate</i> (X3) <i>Leverage</i> (X4) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	1. Menyatakan bahwa <i>exchange rate</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> , sedangkan pajak, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
4.	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Dede Marlina, Rida Prihatni, Indah Muliasari Vol. 3 No. 2 Tahun 2022)	Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing.	Variabel Independen: Pajak (X1) Kepemilikan Asing (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	Penelitian ini menunjukkan bahwa pajak memiliki efek positif pada <i>transfer pricing</i> , Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan tidak mempengaruhi <i>Transfer Pricing</i> .
5.	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Pada Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Anis Sheirina Cahyadi, Naniek Noviani Vol.24 No. 2 Tahun 2018)	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana	Variabel Independen: Pajak (X1) <i>Exchange Rate</i> (X2) Profitabilitas (X3) <i>Leverage</i> (X4) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak, <i>profitabilitas</i> , dan <i>leverage</i> berpengaruh positif pada keputusan perusahaan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel <i>exchange rate</i> tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> .

6.	Analisis Pajak, Kepemilikan Asing, Mekanisme Bonus, Profitabilitas dan pengaruhnya terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Samino Hendrianto, Vol.13 No. 2 Tahun 2022)	Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Universitas Muhammadiyah Tangerang	Variabel Independen: Pajak (X1) Kepemilikan Asing (X2) Mekanisme Bonus (X3) Profitabilitas (X4) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak, mekanisme bonus dan <i>profitabilitas</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan kepemilikan asing berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> .
----	--	--	--	---

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Judul	Nama Jurnal	Variabel	Hasil Penelitian
7.	Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Jose Lorensius, Rina Aprilyanti Vol. 5 No. 2 Tahun 2022)	eCo-Buss Universitas Buddhi Dharma	Variabel Independen: Beban Pajak (X1) Kepemilikan Asing (X2) Mekanisme Bonus (X3) Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Beban Pajak, Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus Berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .

Sumber : Data diolah 2024

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian.

2.3.1 Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan suatu kewajiban yang harus dibayarkan oleh perusahaan sebagai wajib pajak. Karena pajak merupakan beban yang mengurangi laba, perusahaan berusaha untuk meminimalkan pembayaran pajaknya agar tetap memperoleh laba yang tinggi. Upaya

yang dapat dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkannya adalah melalui perencanaan pajak, yang salah satu caranya dapat dilakukan dengan praktik *transfer pricing*. *Transfer pricing* dapat dilakukan terutama oleh perusahaan multinasional yang beroperasi di berbagai negara. Perusahaan multinasional yang mempunyai hubungan istimewa menggunakan perbedaan tarif pajak dalam melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi tarif pajak di suatu negara maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk memanipulasi *transfer pricing* agar dapat mengalihkan pendapatannya ke negara yang memiliki tarif pajak rendah, sehingga nantinya total beban pajak akan menjadi seminimal mungkin (Nisa, 2018). Hasil penelitian yang telah dilakukan (Tarisa Adinda Choirunnisa et al., 2022) dalam penelitian tersebut bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian (Dede Marlina et al., 2022) menyatakan bahwa pajak memiliki efek positif terhadap *transfer pricing*.

2.3.2 Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus adalah penghargaan atau imbalan tambahan kepada direksi atau manajer karena mampu memenuhi target yang telah di tentukan oleh perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus strategi perhitungan dalam akuntansi ditunjukan untuk direksi atau manajemen sebagai penghargaan dilihat dari laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang dicapai maka semakin kecil

kemungkinan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing* (Ratsianingrum, et al., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila perusahaan menerapkan bonus yang didasarkan atas pencapaian laba, maka akan mempengaruhi manajer manipulasi laba dengan cara menaikkan laba salah satunya menggunakan *transfer pricing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Dyah Ayu Mawar Sari & Chadir Djohar, 2022) yang dilakukan menyatakan bahwa penelitian secara simultan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian (Jose dan Rina, 2022) menyatakan bahwa secara simultan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Transfer Pricing

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas*, yang berarti semakin tinggi juga laba yang dihasilkan perusahaan, maka akan dampak pada semakin besarnya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Untuk mengurangi pembayaran pajak, maka perusahaan cenderung melakukan *transfer pricing* dimana perusahaan akan memindahkan laba yang didapat ke perusahaan afiliasi di negara yang memiliki tarif pajak rendah (Prayudiawan & Pamungkas, 2020). Dengan demikian perusahaan tetap dapat

mengakui laba yang tinggi. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Dyah Ayu Mawar Sari & Chadir Djohar, 2022) dalam penelitian tersebut menghasilkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian (Anisa dan Naniek, 2018) *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.3.4 Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Menurut (Dwi Puspita & Dianwcaasih, 2017) menjelaskan bahwa perusahaan multinasional dengan kepemilikan asing yang melakukan *transfer pricing* cenderung akan terus-menerus termotivasi untuk melakukan pergeseran laba melalui *transfer pricing* tentunya hal tersebut berhubungan dengan insentif yang didapatkan oleh masing-masing pihak asing. Kepemilikan Asing dapat memanfaatkan praktik *transfer pricing* khususnya melalui penjualan antar pihak afiliasi dengan menetapkan harga yang murah untuk menjual produk kepada perusahaan pribadinya sehingga kepemilikan asing akan memperoleh keuntungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin besar presentase kepemilikan asing pada suatu perusahaan maka semakin besar juga kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* khususnya dalam transaksi penjualan antar pihak afiliasi (Hendrianto, 2022). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Nadiyah et al., 2022) dalam penelitian tersebut menghasilkan bahwa kepemilikan asing secara simultan berpengaruh terhadap *transfer*

pricing. Sedangkan hasil penelitian (Dede Marlina et al., 2022) menghasilkan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.3.5 Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Profitabilitas dan Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan suatu kewajiban yang harus dibayarkan oleh perusahaan sebagai wajib pajak. Karena pajak merupakan beban yang mengurangi laba, perusahaan berusaha untuk meminimalkan pembayaran pajaknya agar tetap memperoleh laba yang tinggi. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkannya adalah melalui perencanaan pajak, yang salah satu caranya dapat dilakukan dengan praktik *transfer pricing*. *Transfer pricing* dapat dilakukan terutama oleh perusahaan multinasional yang beroperasi di berbagai negara. Perusahaan multinasional yang mempunyai hubungan istimewa menggunakan perbedaan tarif pajak dalam melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi tarif pajak di suatu negara maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk memanipulasi *transfer pricing* agar dapat mengalihkan pendapatannya ke negara yang memiliki tarif pajak rendah, sehingga nantinya total beban pajak akan menjadi seminimal mungkin (Nisa, 2018).

Mekanisme bonus adalah penghargaan atau imbalan tambahan kepada direksi atau manajer karena mampu memenuhi target yang

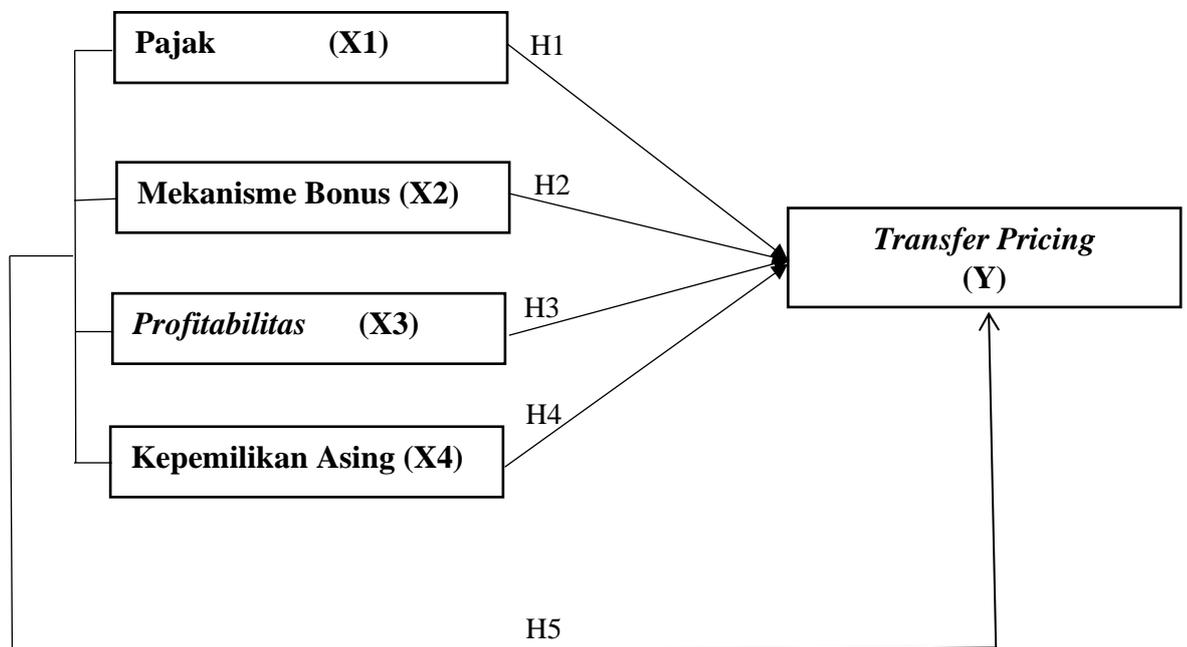
telah di tentukan oleh perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus strategi perhitungan dalam akuntansi ditunjukan untuk direksi atau manajemen sebagai penghargaan dilihat dari laba perusahaan. Semakin tinggi laba keseluruhan yang dicapai, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*(Ratsianingrum, et al., 2020).

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas*, yang berarti semakin tinggi juga laba yang dihasilkan perusahaan, maka akan dampak pada semakin besarnya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Untuk mengurangi pembayaran pajak, maka perusahaan cenderung melakukan *transfer pricing* dimana perusahaan akan memindahkan laba yang didapat ke perusahaan afiliasi di negara yang memiliki tarif pajak rendah. Dengan demikian perusahaan tetap dapat mengakui laba yang tinggi (Prayudiawan & Pamungkas, 2020).

Menurut (Dwi Puspita & Dianwcaksih, 2017) menjelaskan bahwa perusahaan multinasional dengan kepemilikan asing yang melakukan *transfer pricing* cenderung akan terus-menerus termotivasi untuk melakukan pergeseran laba melalui *transfer pricing* tentunya hal tersebut berhubungan dengan insentif yang didapatkan oleh masing-masing pihak asing. Kepemilikan Asing dapat memanfaatkan praktik

transfer pricing khususnya melalui penjualan antar pihak afiliasi dengan menetapkan harga yang murah untuk menjual produk kepada perusahaan pribadinya sehingga kepemilikan asing akan memperoleh keuntungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin besar presentase kepemilikan asing pada suatu perusahaan maka semakin besar juga kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* khususnya dalam transaksi penjualan antar pihak afiliasi (Hendrianto, 2022).

Berdasarkan uraian-uraian di atas kerangka konseptual adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual
Sumber : Data diolah (2024)

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka konsep yang telah dijelaskan tentang pajak, mekanisme bonus, profitabilitas dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2018-2023
2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2018-2023
3. *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2018-2023
4. Kepemilikan asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2018-2023
5. Pajak, Mekanisme Bonus, Profitabilitas dan Kepemilikan Asing berpengaruh secara simultan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2018-2023