

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan membahas hubungan kerja antara pemilik perusahaan, seperti pemegang saham, dan pihak manajemen yang diberi kepercayaan untuk menjalankan operasional perusahaan. Pada praktik, hubungan ini tidak selalu berjalan mulus karena sering kali muncul perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak. Pemilik berharap manajemen bekerja demi keuntungan jangka panjang perusahaan, sementara manajer dapat saja mengambil keputusan berdasarkan kepentingan pribadi, apalagi jika disertai insentif tertentu. Ketidakseimbangan informasi juga kerap terjadi, di mana manajer memiliki akses informasi lebih cepat dan mendalam dibandingkan pemilik. Kondisi inilah yang menimbulkan asimetri informasi, dan berpotensi menimbulkan kebijakan atau tindakan yang tidak sejalan dengan tujuan pemilik perusahaan (Dwi, 2021).

Teori keagenan pada konteks perusahaan sektor energi memberikan gambaran mengenai dinamika hubungan antara pemilik dan manajer pengelolaan perusahaan. Teori keagenan dapat membantu untuk memahami bagaimana beban pajak, mekanisme bonus dan kepemilikan asing memengaruhi keputusan manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Beban pajak yang besar dapat memotivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing*

dimana dapat mengurangi beban pajak badan usaha, mekanisme bonus pada kinerja keuangan badan usaha dapat mendorong manajer melakukan *transfer pricing* untuk meningkatkan laba badan perusahaan serta bonus pribadi, sedangkan kepemilikan asing dapat memperkuat kontrol atas Keputusan manajemen dan memengaruhi kebijakan *transfer pricing*.

Konflik keagenan dapat terjadi pada perusahaan sektor energi antara pemilik dan manajer karena perbedaan tujuan. Dimana pemilik ingin memaksimalkan laba, sedangkan manajer lebih memfokuskan pada bonus pribadi. *Transfer pricing* dapat menjadi strategi yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan pribadi manajer tetapi hal tersebut dapat merugikan pemilik. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkan mekanisme pengawasan yang efektif untuk meminimalkan konflik keagenan dan memastikan keputusan manajer sejalan dengan tujuan perusahaan.

2.1.2 Stakeholder Theory

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Stakeholder Theory*, yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak semata-mata didirikan untuk memenuhi kepentingan internal atau keuntungan pribadi para pemilik modal saja. Lebih dari itu, perusahaan dipandang sebagai entitas sosial yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan nilai dan manfaat kepada berbagai pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan terhadap operasional perusahaan. Menurut Apriyani (2021) teori ini merupakan bagian dari teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang mempertimbangkan beragam pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ter dampak oleh aktivitas bisnis. Pihak-pihak

ini dapat meliputi karyawan, pemasok, masyarakat lokal, lembaga keuangan, konsumen, hingga pemerintah.

Secara konseptual, teori ini menekankan bahwa keberlangsungan dan efektivitas sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. *Stakeholder* dapat diartikan sebagai kelompok atau individu yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan, baik dalam proses maupun hasil akhirnya, dan pada saat yang sama juga menjadi pihak yang turut bergantung pada perusahaan untuk memenuhi tujuan atau harapan pemilik modal asing. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bersikap lebih terbuka dan akuntabel dalam menyampaikan informasi yang relevan melalui berbagai bentuk pelaporan

Salah satu bentuk implementasi nyata dari teori ini adalah penyusunan laporan keberlanjutan (*sustainability report*), yang memuat informasi terkait kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan. Fatimah *et al.* (2023) menyatakan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan tidak hanya menjadi wujud akuntabilitas perusahaan kepada stakeholder, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan publik, menarik investor, dan memperkuat keyakinan kreditor ketika perusahaan membutuhkan pendanaan eksternal. Dengan memenuhi kebutuhan informasi para *stakeholder* melalui laporan yang komprehensif, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan nilai jangka panjang, serta memperkuat posisinya dalam persaingan bisnis yang semakin kompleks.

2.1.3 *Transfer Pricing*

Transfer pricing ialah *transfer pricing* berupa kebijakan yang diterapkan suatu badan usaha dalam menetapkan harga untuk transaksi internal, baik itu penjualan barang, penyediaan jasa, maupun pemindahan hak atas aset tak berwujud di dalam satu kelompok usaha. Pada pelaksanaannya, harga yang ditentukan tidak selalu mencerminkan harga pasar karena perusahaan memiliki keleluasaan untuk menetapkan skema harga yang dinilai paling menguntungkan secara internal. Hal ini umum dilakukan oleh perusahaan yang memiliki cabang atau unit usaha di berbagai negara dan menjalankan kegiatan lintas batas secara terintegrasi (Safira, 2021).

Bagi pihak otoritas pajak, praktik *transfer pricing* dapat menjadi perhatian serius jika harga dalam transaksi antar badan usaha yang memiliki hubungan khusus tidak mengikuti prinsip kewajaran yang ditentukan dalam aturan perpajakan. Keberadaan perbedaan nilai pungutan pajak di setiap negara sering kali dimanfaatkan untuk memindahkan keuntungan ke wilayah dengan pajak lebih minim, sehingga perusahaan dapat menekan beban pajaknya di negara asal. Strategi ini memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan lebih besar secara keseluruhan dengan cara memanfaatkan celah perbedaan kebijakan pajak antar negara (Zahra, 2020).

Jika dilihat secara umum, *transfer pricing* bukan merupakan pelanggaran selama dijalankan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Banyak negara telah menetapkan aturan yang cukup rinci mengenai bagaimana harga transaksi internal harus ditetapkan dan diperlakukan dalam

pelaporan pajak. Meskipun begitu, kenyataannya masih banyak perusahaan yang menggunakan cara ini untuk menghindari kewajiban membayar pajak dalam jumlah besar. Biasanya, perusahaan dengan jaringan internasional akan mengalihkan sebagian besar keuntungannya ke negara yang mengenakan nilai pungutan pajak lebih minim. Ketika sebuah negara menerapkan nilai pungutan pajak yang besar, kecenderungan badan usaha untuk menggunakan strategi *transfer pricing* juga meningkat. Beban pajak yang terus bertambah tiap tahun sering kali mendorong perusahaan mencari cara agar pengeluaran pajaknya dapat ditekan seminim mungkin, termasuk dengan cara mengatur ulang struktur harga antar bagian dalam kelompok perusahaannya (Prananda, 2020).

2.1.4 Beban Pajak

Pajak merupakan kewajiban yang tidak dapat dihindari oleh badan usaha dengan pendapatan khusus sebagai pungutan yang bersifat wajib, pajak dikenakan oleh negara kepada individu maupun perusahaan, baik yang beroperasi secara lokal maupun lintas negara, tanpa keberadaan imbalan langsung. Dana yang terkumpul dari pajak akan diterapkan oleh negara untuk mendukung pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Pada praktik, banyak perusahaan berupaya mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan, salah satunya dengan strategi *transfer pricing*. Melalui cara ini, perusahaan dapat menyusun laporan keuangan dengan laba yang lebih minim agar jumlah pajak yang harus dibayar ikut menurun. Pajak yang terlalu besar sering dianggap sebagai beban yang mengurangi keuntungan, sehingga perusahaan mencari

celah untuk mengatur ulang pelaporan keuangan demi mendapatkan laba bersih yang lebih besar (Putri, 2022).

Praktik *transfer pricing* pada badan usaha yang memiliki jaringan di beberapa negara, sering kali memindahkan kewajiban pajaknya ke negara dengan nilai pungutan yang lebih minim. Cara yang umum diterapkan adalah menetapkan harga jual antar bagian dalam satu kelompok usaha dengan nilai yang lebih kecil dibandingkan harga pasar. Tujuannya adalah agar keuntungan tercatat lebih besar di negara dengan pajak minim, sehingga total pajak yang dibayar menjadi lebih kecil. Namun, lemahnya pengawasan, kurangnya SDM yang memiliki keahlian khusus, serta belum tersusunnya regulasi yang komprehensif membuat upaya pemerintah dalam menindak praktik ini masih belum maksimal. Akibatnya, perusahaan dengan struktur internasional lebih mudah memanfaatkan celah hukum untuk mengurangi beban pajak secara legal namun tidak sesuai dengan semangat keadilan pajak (Zahra, 2020).

2.1.5 Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan sistem pemberian penghargaan tambahan kepada manajemen atau direksi berdasarkan pencapaian target laba yang telah ditetapkan oleh badan usaha. Karena bonus ini didasarkan pada besarnya keuntungan yang berhasil diraih, bukan hal yang mengherankan apabila manajemen berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan terlihat besar. Pada beberapa kasus, keinginan untuk meraih bonus tersebut dapat mendorong pihak manajemen menggunakan strategi manipulatif seperti *transfer pricing*, yaitu dengan mengatur laporan keuangan agar laba tampak lebih besar dari yang

sebenarnya (Prananda, 2020). Dengan demikian, strategi ini dimanfaatkan sebagai cara untuk meningkatkan kompensasi pribadi melalui penyusunan angka laba yang menguntungkan.

Pemberian bonus kepada manajemen sering kali dimaksudkan sebagai motivasi agar pihak manajemen bekerja lebih giat dan membawa perusahaan mencapai hasil keuangan yang lebih baik. Namun, hal ini juga dapat membuka peluang terjadinya rekayasa. Manajer yang menginginkan bonus dalam jumlah besar mungkin akan mencoba mengalihkan keuntungan dari periode mendatang ke periode saat ini agar laporan keuangan tampak lebih menguntungkan. Jika jumlah bonus yang diterima bergantung pada besarnya laba bersih yang dilaporkan, maka pihak manajemen cenderung menyusun strategi akuntansi yang membuat angka laba terlihat maksimal. Salah satu strategi yang sering dipilih untuk tujuan ini adalah *transfer pricing*, karena memberikan keleluasaan dalam menyusun transaksi antar bagian dalam satu kelompok bisnis demi menyesuaikan laba sesuai kepentingan tertentu (Putri, 2022).

RUPS biasanya menetapkan pemberian bonus tahunan kepada direksi apabila target laba perusahaan berhasil dicapai atau bahkan dilampaui. Sistem semacam ini memang dirancang untuk memberikan insentif agar manajemen terus berupaya meningkatkan performa perusahaan. Namun, pada praktik, dapat saja sistem ini dimanfaatkan oleh manajer untuk merekayasa laporan keuangan agar terlihat sesuai dengan harapan RUPS. Tak jarang, direksi bersedia bekerja sama dalam strategi semacam ini bukan hanya demi bonus pribadi, tetapi juga

demikian menunjukkan kontribusi terhadap keuntungan dan pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan (Ramdhani, 2021).

2.1.6 Kepemilikan Asing

Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan terbentuk berdasarkan jumlah dan jenis pemegang saham yang terlibat. Kepemilikan tersebut dapat berasal dari individu, masyarakat umum, pemerintah, investor asing, maupun pihak internal perusahaan. Pada badan usaha yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh kelompok tertentu, pemegang saham utama biasanya memiliki kontribusi yang besar dalam pengambilan keputusan penting. Keputusan yang dibuat cenderung lebih mengutamakan kepentingan pihak yang memiliki kendali mayoritas dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Salah satu bentuk kepemilikan yang umum dijumpai dalam praktik bisnis adalah kepemilikan oleh pihak asing, yang muncul sebagai akibat dari keberadaan investasi modal dari luar negeri (Safira, 2021).

Investasi asing kini menjadi salah satu topik yang banyak diperbincangkan, terutama karena kebutuhan pembiayaan untuk pembangunan nasional semakin meningkat. Keterbatasan dana dari pemerintah maupun sektor swasta dalam negeri menjadikan keterlibatan pihak asing sebagai pilihan yang dianggap penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, banyak perusahaan memiliki pola kepemilikan yang dikuasai oleh satu pihak atau kelompok, yang sering kali menimbulkan potensi konflik antara pemegang saham utama dan pemegang saham lainnya. Pada situasi seperti ini, pemegang saham yang tidak memiliki kendali biasanya mempercayakan pengawasan

perusahaan kepada pemegang saham utama, karena pemegang saham memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi perusahaan. Ketimpangan akses tersebut dapat membuka peluang penyalahgunaan kekuasaan oleh pihak yang memiliki kendali untuk mendapatkan keuntungan pribadi (Widanarti, 2021).

Tindakan pemegang saham utama yang menggunakan posisinya untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan cara mengalihkan kekayaan dari pihak lain dikenal dengan istilah ekspropriasi. Salah satu bentuk dari praktik tersebut adalah *transfer pricing*. Pada pelaksanaannya, pemegang saham asing yang memiliki kendali atas perusahaan dapat menjual produk perusahaan tersebut ke perusahaan lain yang juga dimilikinya dengan harga di bawah nilai pasar. Tujuan dari praktik ini adalah untuk mengalihkan laba ke perusahaan lain yang dikuasai, sehingga memberikan keuntungan pribadi bagi pihak tersebut, namun merugikan pemegang saham lain yang tidak memiliki kendali atas keputusan tersebut (Putri, 2022).

2.2 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap praktik melakukan *transfer pricing* sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Penelitian terdahulu berisi penelitian yang relevan serta berkaitan dengan masalah dari penelitian ini. Penelitian terdahulu diterapkan untuk membandingkan temuan riset sebelumnya dengan variabel yang serupa yaitu beban, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan *transfer pricing*. Berikut penelitian terdahulu yang diterapkan sebagai acuan peneliti untuk membangun dan memperkuat hipotesis penelitian:

1. Anggraini & Sugiyarti (2024)

Anggraini dan Sugiyarti (2024) mengamati 10 perusahaan manufaktur pada rentang lima tahun untuk memahami peran fluktuasi kurs, strategi pajak, dan sistem bonus terhadap praktik *transfer pricing*. Secara bersama-sama, nilai tukar, perencanaan pajak, dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing ($p = 0,034181 < 0,05$). Secara individual, hanya perencanaan pajak yang berpengaruh signifikan ($p = 0,0061 < 0,05$), sementara nilai tukar ($p = 0,6258$) dan mekanisme bonus ($p = 0,3941$) tidak berpengaruh.

2. Prananda & Triyanto (2020)

Penelitian oleh Prananda dan Triyanto (2020) memfokuskan kajiannya pada kemungkinan praktik *transfer pricing* yang berkaitan dengan beban pajak, mekanisme insentif, nilai tukar, serta kepemilikan asing. Dengan menganalisis 15 perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI selama periode 2014-2015 menggunakan regresi logistik, ditemukan bahwa besarnya beban pajak dan keterlibatan asing dalam kepemilikan saham cenderung mendorong perusahaan untuk melakukan strategi *transfer pricing* dengan nilai uji $t <$ dari 0,05 sementara variabel mekanisme bonus dan *exchange rate* tidak menunjukkan kecenderungan yang berarti dengan nilai uji $t > 0,05$.

3. Ginting *et al* (2021)

Ginting *et al* (2021) menyusun kajian terhadap 29 perusahaan manufaktur selama tiga tahun untuk menelaah peran pajak, nilai tukar, rasio utang, dan sistem insentif terhadap kebijakan harga transfer. Melalui pendekatan regresi linier berganda, hasil penelitian ini menunjukkan pajak tidak

berdampak pada harga transfer dengan nilai signifikansi $0,607 > 0,05$. Nilai tukar berdampak pada harga transfer dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Leverage dan mekanisme bonus tidak berdampak pada harga transfer dengan nilai signifikansi $> 0,05$.

4. Sulistyowati & Kananto (2019)

Studi yang dilakukan oleh Sulistyowati dan Kananto (2019), sebanyak 30 perusahaan manufaktur periode 2012-2015 dijadikan dasar untuk memahami keterkaitan berbagai indikator keuangan dengan praktik harga transfer. Peneliti menemukan bahwa pajak, mekanisme bonus, leverage, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* karena nilai signifikansinya $> 0,05$. Sementara itu, kepemilikan asing berpengaruh signifikan karena nilai signifikansinya $< 0,05$.

5. Larasati & Ariefiara (2023)

Larasati dan Ariefiara (2023) menyoroti tiga variabel utama, insentif bonus, dorongan tunnelling, dan nilai tukar, pada hubungannya dengan keputusan perusahaan melakukan skema *transfer pricing*. Dengan bantuan STATA dan model regresi panel, analisis atas 35 perusahaan manufaktur dan pertambangan selama 2018-2020 memperlihatkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* ($p = 0,083$). *Tunneling incentive* tidak berpengaruh ($p = 0,101$). Nilai tukar berpengaruh signifikan ($p = 0,015$), tetapi arah pengaruhnya negatif ($-0,2239591$), sehingga tidak sesuai dengan hipotesis.

6. Syach *et al* (2022)

Penelitian pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban pajak dan kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,01 dan 0,00 (keduanya $< 0,05$). Beban pajak memiliki pengaruh positif ($\beta = 0,676$). Sementara mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena nilai signifikansinya 0,997 ($> 0,05$).

7. Muniroh *et al* (2024)

Menganalisis hubungan antara beban pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive* terhadap praktik *transfer pricing*. Temuan dalam riset ini mengindikasikan bahwa beban pajak serta profitabilitas memiliki pengaruh pada *transfer pricing* dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $0,013 < 0,05$. *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh pada *transfer pricing* dengan tingkat signifikansi $0,212 > 0,05$.

8. Amelia & Asalam (2022)

Meneliti perusahaan pertambangan di BEI selama periode 2016–2020 untuk mengevaluasi pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*. Hasilnya menunjukkan Beban pajak memiliki pengaruh negatif sebesar -27,824. Mekanisme bonus dan kepemilikan asing masing-masing memiliki pengaruh positif sebesar 0,680 dan 3,426.

9. Lorensius & Aprilyanti (2022)

Mengkaji perusahaan-perusahaan dalam indeks LQ45 terkait pengaruh beban pajak, kepemilikan asing, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Temuan penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa beban pajak ($p = 0,046$), kepemilikan asing ($p = 0,023$), dan mekanisme bonus ($p = 0,035$) masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Selain itu, uji simultan (F) menunjukkan pengaruh bersama ketiga variabel terhadap *transfer pricing* ($F_{hitung} = 13,018 > F_{tabel} = 2,783$; $p = 0,000$).

10. Fitrawansyah & Sari (2022)

Penelitian ini mengkaji variabel pajak dan mekanisme bonus, serta satu variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji parsial variabel pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* ($t_{hitung} = 1,235 < t_{tabel} = 1,692$; $p = 0,226 > 0,05$). Variabel mekanisme bonus berpengaruh tetapi tidak signifikan ($t_{hitung} = 1,848 > t_{tabel} = 1,692$; $p = 0,074 > 0,05$). Uji simultan (F) juga menunjukkan tidak ada pengaruh bersama antara pajak dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* ($F_{hitung} = 2,609 < F_{tabel} = 3,29$; $p = 0,089 > 0,05$).

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
1.	Anggraini & Listya Sugiyarti	Variabel Independen:	Secara keseluruhan, nilai tukar, perencanaan pajak,

No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
	Pengaruh Nilai Tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing	1. Nilai tukar 2. Perencanaan pajak 3. Mekanisme bonus Variabel Independen: <i>Transfer pricing</i>	dan mekanisme bonus memiliki kontribusi secara bersama-sama terhadap kebijakan <i>transfer pricing</i> . Namun, jika ditelaah satu per satu, nilai tukar dan mekanisme bonus tidak memberikan dampak yang cukup kuat, sementara perencanaan pajak justru memiliki keterkaitan yang lebih jelas terhadap praktik tersebut.
2.	Rihhadatul 'Aisy Prananda & Dedik Nur Triyanto Pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, exchange rate dan kepemilikan asing terhadap indikasi melakukan transfer pricing	Variabel Independen: 1. Beban pajak 2. Mekanisme bonus 3. <i>Exchange rate</i> 4. Kepemilikan Asing Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Beban pajak dan kepemilikan asing menunjukkan kecenderungan yang sejalan terhadap kemungkinan terjadinya <i>transfer pricing</i> . Sebaliknya, mekanisme bonus serta nilai tukar tidak memiliki hubungan yang cukup jelas terhadap praktik <i>transfer pricing</i> secara terpisah.
3.	Wenny Aggeresia Ginting, Bee Arlita Ade Putri Br. Sitorus,	Variabel Independen: 1. Beban pajak	Variabel pajak tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap

No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
	Cindy Lorenza, and Sania Surga Mas. The Effect Of Taxes, Exchange Rates, Leverage, And Bonus Mechanisms On Transfer Pricing In Manufacturing Companies Listed On The Idx	2. <i>Excavne rate</i> 3. Leverage 4. Mekanisme bonus Variabel Dependen: <i>Transfer pricing</i>	praktik <i>transfer pricing</i>. Sebaliknya, nilai tukar memiliki keterkaitan yang cukup kuat dalam menentukan kebijakan <i>transfer pricing</i>. Variabel leverage dan mekanisme bonus tidak menunjukkan hubungan yang cukup jelas terhadap praktik tersebut.
4.	Sulistyowai & R Kananto. The Influences of Tax, Bonus Mechanism, Leverage and Company Size Through Company Decision on Transfer Pricing	Variabel Independen: 1. Pengaruh pajak 2. Mekanisme bonus 3. Leverage 4. Ukuran perusahaan Variabel Dependen: <i>Transfer pricing</i>	Kepemilikan asing menunjukkan keterkaitan yang erat terhadap <i>transfer pricing</i>. Pajak, mekanisme bonus, leverage, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>.
5.	Nadifa Vicri Larasati & Dianwicakasih Arieftiara Transfer pricing in Indonesia: Do	Variabel Independen: 1. Mekanisme bonus 2. <i>Tunneling Incentive</i> 3. <i>Exchange rate</i>	Mekanisme bonus memiliki hubungan yang searah dan kuat dengan praktik <i>transfer pricing</i>. Di sisi lain, nilai tukar menunjukkan kaitan

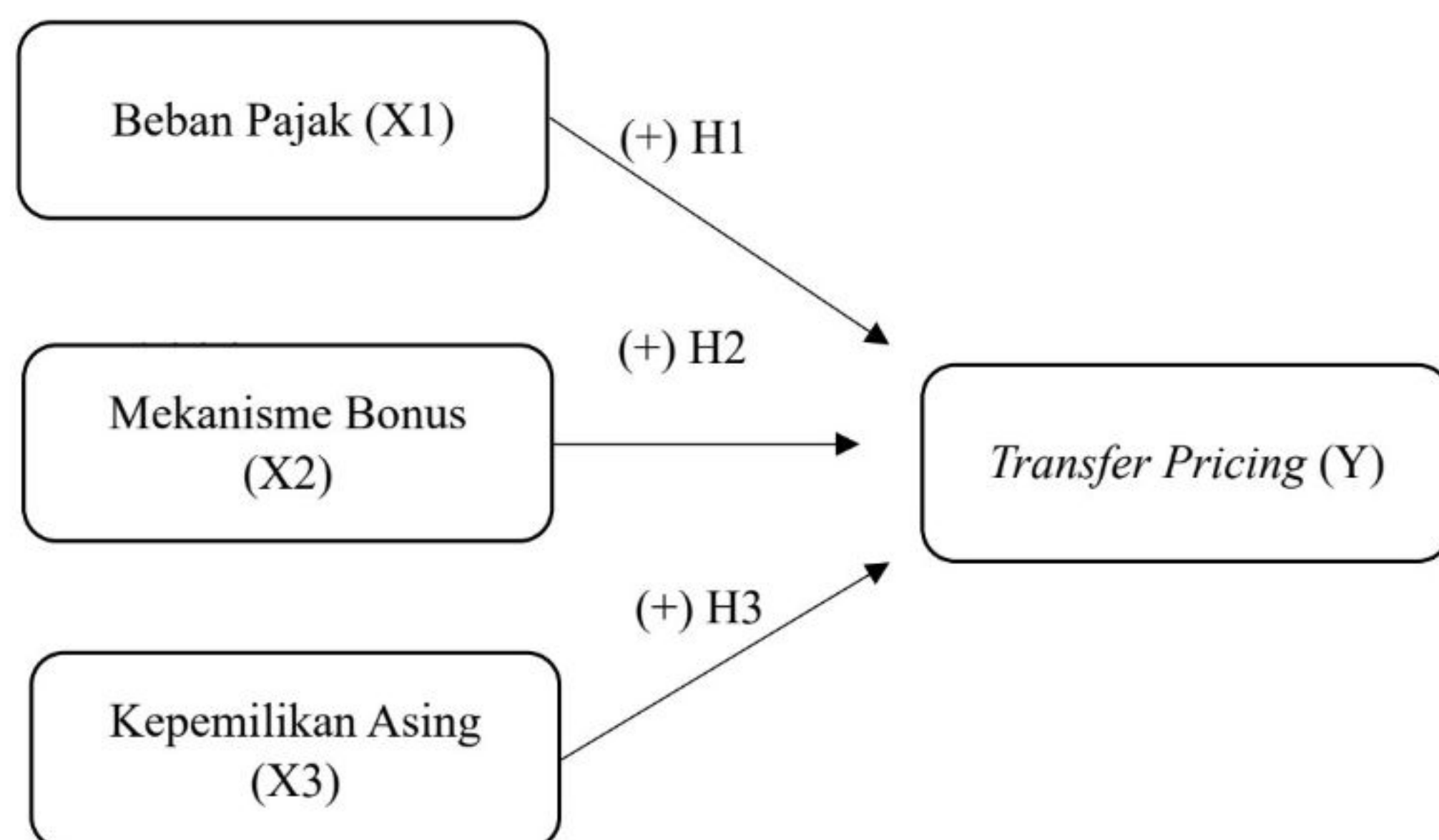
No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
	managers still utilize it as an effective strategy	Variabel Dependen: <i>Transfer pricing</i>	yang berlawanan arah dan cukup kuat. Sedangkan insentif tunneling tidak menunjukkan adanya hubungan yang berarti dalam konteks ini.
6.	Syach, W. M., Dalimunthe, A. A., & Situngkir, A. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing terhadap Keputusan Transfer Pricing. Prosiding KONSEP, 3(1), 292-302.	Variabel Independen: 1. Beban Pajak 2. Mekanisme Bonus 3. Kepemilikan Asing Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban pajak dan kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Namun, mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan.
7.	Muniroh & Edi Sudiarto (2024). Pengaruh Beban Pajak, Profitabilitas dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. Jurnal PENATARAN, 9(1), 74-84.	Variabel Independen: 1. Beban Pajak 2. Profitabilitas 3. Tunneling Incentive Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Beban pajak serta profitabilitas memiliki pengaruh pada <i>transfer pricing</i> . Tunneling incentive tidak memiliki pengaruh pada <i>transfer pricing</i> .
8.	Amelia, Risca & Asalam, Ardan Gani (2022). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan	Variabel Independen: 1. Beban Pajak 2. Mekanisme Bonus	Beban pajak mempunyai dampak negatif yang cukup besar pada transfer pricing, kemudian mekanisme bonus dan

No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
	Kepemilikan Asing terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan). YUME: Journal of Management, 5(3), 62-72.	3. Kepemilikan Asing Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	kepemilikan asing tidak berdampak.
9.	Lorensius, Jose & Aprilyanti, Rina (2022). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan LQ45. Eco-Buss, 5(2), 593–605.	Variabel Independen: 1. Beban Pajak 2. Kepemilikan Asing 3. Mekanisme Bonus Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Beban pajak, Kepemilikan Asing, Mekanisme Bonus secara parsial membawa pengaruh kepada keputusan <i>Transfer Pricing</i> dan dengan bersamaan Beban Pajak, Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus membawa pengaruh kepada keputusan <i>Transfer Pricing</i> .
10	Fitrawansyah & Henni Mustika Sari (2022) Analisis Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Food & Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Jurnal Ekonomi	Variabel Independen: 1. Pajak 2. Mekanisme Bonus Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i>	Tidak terdapat pengaruh antara variabel pajak dengan variabel <i>transfer pricing</i> , terdapat pengaruh antara variabel mekanisme bonus dengan variabel <i>transfer pricing</i> namun tidak signifikan. Terdapat pengaruh pajak dan mekanisme bonus secara bersama-sama

No.	Nama, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
	Dan Bisnis, 2(2), 94-102.		terhadap <i>transfer pricing</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menetapkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Adapun variabel independen terdiri atas beban pajak (ETR), mekanisme bonus (ITRENDLB), serta kepemilikan asing yang diukur melalui perbandingan antara jumlah kepemilikan saham asing dan total saham yang beredar. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, kerangka pemikiran penelitian dapat disusun sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Beban Pajak terhadap Praktik Melakukan *Transfer Pricing*

Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini diawali dengan menjelaskan teori yang relevan, yaitu Teori Keagenan (*Agency Theory*), yang dapat diterapkan untuk memahami alasan di balik praktik perusahaan melakukan *transfer pricing* sebagai respons terhadap beban pajak. *Agency Theory* menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*prinsipal*) dan manajer (*agen*), di mana pemilik memberikan wewenang kepada manajer untuk mengelola operasional perusahaan. Namun, karena adanya perbedaan kepentingan serta asimetri informasi, manajer sering kali bertindak untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya (Dwi, 2021). Dalam konteks perpajakan, ketika perusahaan dihadapkan pada beban pajak yang tinggi, manajer memiliki dorongan untuk menurunkan laba kena pajak melalui berbagai strategi, salah satunya adalah praktik *transfer pricing*. Strategi ini bertujuan agar laba perusahaan tampak lebih rendah di negara dengan tarif pajak tinggi dan dialihkan ke negara dengan tarif pajak lebih rendah, sehingga total beban pajak yang harus dibayar dapat diminimalkan.

Praktik *transfer pricing* ini juga berkaitan erat dengan motivasi manajerial dalam mencapai target laba bersih tertentu yang dapat mempengaruhi kompensasi atau bonus yang diterima. Dengan kata lain, manajer memiliki insentif untuk menggunakan kebijakan akuntansi dan strategi keuangan tertentu demi menguntungkan diri sendiri, meskipun tindakan tersebut dapat bertentangan dengan kepentingan pemilik atau pihak regulator.

Secara empiris, perusahaan yang menghadapi beban pajak tinggi memang cenderung mencari cara untuk menekan beban tersebut guna mempertahankan profitabilitas. Salah satu strategi yang umum digunakan, terutama oleh perusahaan multinasional yang memiliki entitas di berbagai negara, adalah *transfer pricing*. Hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Syach dkk. (2022) dan Sudiarto & Klaudia (2024), menunjukkan bahwa semakin tinggi beban pajak yang ditanggung perusahaan, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan manipulasi harga dalam transaksi antar entitas dalam satu grup usaha untuk mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Berdasarkan penjelasan teori dan temuan empiris tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1: Beban pajak berpengaruh terhadap praktik melakukan *transfer pricing*.

2.4.2 Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Praktik Melakukan *Transfer Pricing*

Pengembangan hipotesis kedua dalam penelitian ini diawali dengan penjelasan mengenai teori yang relevan dalam menjelaskan hubungan antara mekanisme bonus dan praktik *transfer pricing*, yaitu Teori Keagenan (*Agency Theory*). Teori Keagenan menjelaskan bahwa terdapat hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*prinsipal*) dan manajer (*agen*), di mana pemilik menyerahkan wewenang kepada manajer untuk menjalankan dan mengelola operasional perusahaan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen, serta adanya

ketidakseimbangan informasi (asimetri informasi), dapat mendorong agen (manajer) untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pribadinya (Dwi, 2021).

Salah satu bentuk insentif yang diberikan kepada manajer adalah mekanisme bonus berbasis kinerja, khususnya kinerja keuangan seperti laba bersih. Dalam kondisi seperti ini, manajer memiliki motivasi yang lebih besar untuk meningkatkan laba yang dilaporkan agar memperoleh bonus yang lebih tinggi. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh manajer untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui praktik *transfer pricing*. Manajer dapat mengatur harga transaksi antar entitas dalam satu grup usaha secara tidak wajar, misalnya dengan memindahkan biaya ke entitas lain atau mengalihkan pendapatan ke entitas yang berada di negara dengan tarif pajak lebih rendah. Dengan demikian, laba bersih pada entitas tempat manajer tersebut berada akan meningkat, yang berdampak langsung pada peningkatan kompensasi yang diterimanya.

Praktik semacam ini mencerminkan tindakan oportunistik dari manajer yang berusaha memanfaatkan celah dalam sistem kompensasi untuk kepentingan pribadi. Oleh karena itu, sistem bonus yang dirancang untuk memacu kinerja manajer dapat menjadi salah satu pemicu utama praktik *transfer pricing*, terutama ketika tidak disertai dengan sistem pengawasan dan kontrol internal yang memadai.

Secara empiris, mekanisme bonus telah ditemukan sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan peluang terjadinya *transfer pricing*, terutama di perusahaan-perusahaan yang menerapkan sistem insentif berbasis kinerja. Studi oleh Solihin (2022) serta Amelia dan Asalam (2022)

menunjukkan bahwa perusahaan yang memberikan bonus kepada manajer berdasarkan pencapaian laba cenderung lebih rentan melakukan manipulasi keuangan, termasuk praktik *transfer pricing*, sebagai upaya untuk memenuhi target-target yang telah ditetapkan. Berdasarkan penjelasan teoritis dan dukungan bukti empiris tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap praktik melakukan *transfer pricing*.

2.4.3 Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Praktik Melakukan *Transfer Pricing*

Pengembangan hipotesis ketiga dalam penelitian ini berlandaskan pada Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*), yang memberikan pemahaman mengenai bagaimana kepemilikan asing dapat memengaruhi keputusan manajerial, termasuk dalam hal kebijakan *transfer pricing*. Teori Pemangku Kepentingan menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik modal, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberlangsungan operasional perusahaan, seperti pemerintah, masyarakat, karyawan, dan kreditor (Apriyani, 2021). Dalam konteks ini, praktik manajerial harus mempertimbangkan dampaknya terhadap para pemangku kepentingan eksternal, termasuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam memberikan kontribusi pajak kepada negara. Namun, ketika struktur kepemilikan perusahaan didominasi oleh pemilik asing, sering kali orientasi perusahaan cenderung berfokus pada kepentingan pemegang

saham asing, yaitu memaksimalkan keuntungan global. Dalam situasi tersebut, perusahaan dapat terdorong untuk mengambil keputusan strategis yang mengutamakan efisiensi pajak, termasuk melakukan praktik *transfer pricing*. Praktik ini dilakukan dengan cara mengalihkan laba ke negara atau yurisdiksi yang memiliki tarif pajak lebih rendah, sehingga kewajiban pajak di negara tempat perusahaan beroperasi menjadi lebih kecil.

Tindakan ini secara langsung dapat mengurangi kontribusi pajak perusahaan terhadap negara tersebut dan pada akhirnya merugikan pemangku kepentingan lokal, khususnya pemerintah sebagai pihak yang sangat bergantung pada penerimaan pajak untuk pembiayaan publik. Oleh karena itu, praktik *transfer pricing* yang didorong oleh kepemilikan asing dapat dipandang sebagai bentuk pengabaian tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi.

Merujuk pada PSAK No. 15, suatu entitas dinyatakan memiliki pengaruh signifikan apabila memiliki kepemilikan saham sebesar 20% atau lebih, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepemilikan asing sebesar ini memungkinkan pemegang saham luar negeri untuk mempengaruhi keputusan strategis perusahaan, termasuk strategi perpajakan dan kebijakan penetapan harga transfer (Prananda, 2021; Lorensius & Aprilyanti, 2022). Dengan demikian, semakin besar porsi kepemilikan asing, semakin tinggi pula potensi perusahaan untuk memanfaatkan strategi *transfer pricing* demi kepentingan pemilik modal, meskipun hal ini dapat berdampak negatif terhadap kepentingan pemangku kepentingan lainnya di dalam negeri. Berdasarkan

uraian teoritis dan temuan empiris tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap praktik melakukan *transfer pricing*