

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Teori agensi menurut Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan antara agen dan prinsipal. Teori agensi muncul ketika ada dua pihak yang saling berhubungan dan saling terikat, dimana salah satu pihak (prinsipal) mempekerjakan pihak yang lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa. Dalam mempekerjakan agen, pihak prinsipal mendelegasikan sejumlah wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen. Hubungan keagenan ini dapat menimbulkan ketidakseimbangan ketika terjadi asimetri informasi, yaitu keadaan dimana agen memiliki lebih banyak informasi daripada prinsipal. Oleh karena itu sebagai pengelola, agen memiliki kewajiban untuk memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik (Ujiyantho, 2007). Bila diasumsikan bahwa individu bertindak untuk tujuan memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka agen akan cenderung menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Ujiyantho (2007) juga mengungkapkan Asimetri informasi yang terjadi antara *agent* dengan *principal* memberikan kesempatan kepada agen untuk bertindak oportunistik, yaitu bertindak demi memperoleh keuntungan pribadi.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa ada kecenderungan dimana agen dapat melakukan kecurangan dalam perusahaan terutama dengan pihak

yang memiliki hubungan istimewa. Pihak yang memiliki hubungan istimewa adalah pihak yang memiliki kendali atas pihak lain atau pihak yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan (PSAK No. 7 Tahun 2010). Menurut Jensen dan Meckling (1976), transaksi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa dilihat sebagai transaksi yang oportunis dan dapat menyebabkan gesekan kepentingan antara pihak yang bertransaksi dimana hal ini konsisten dengan teori agensi.

Transaksi antar pihak yang berhubungan istimewa disebut dengan *transfer pricing* yang digunakan untuk tujuan memaksimalkan laba perusahaan. Apabila agen memanfaatkan asimetri informasi untuk mengelabui prinsipal dan memaksimalkan kepentingan pribadi melalui *transfer pricing*, maka terdapat kemungkinan bahwa agen melakukan *transfer pricing* melalui manipulasi untuk meminimalkan pajak atau transaksi dengan harga yang tidak wajar. Penelitian ini akan meneliti mengenai ada tidaknya pengaruh usaha perusahaannya untuk meminimalkan pembayaran pajak serta variabel lain terhadap keputusan *transfer pricing*.

2. Advance Pricing Agreement

Dengan meluasnya praktik *transfer pricing* yang dinilai merugikan negara, aparat pajak mencoba mencari jalan keluar untuk menangani masalah tersebut. Salah satu cara yang dilakukan guna mengatasi masalah *transfer pricing* ini yaitu dengan menerapkan *advance pricing agreement* (APA). APA merupakan kesepakatan yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) dengan wajib pajak mengenai harga jual wajar barang atau jasa kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa

(Santoso, 2004) . Undang-undang No 36 pasal 18 ayat 3a menjelaskan tujuan dari diselenggarakannya APA adalah untuk mencegah penyalahgunaan praktik *transfer pricing* oleh perusahaan multinasional. Kesepakatan yang dibuat mencakup jumlah serta harga barang yang diproduksi, jumlah royalti dan hal lain yang dikehendaki oleh kedua belah pihak. APA dapat diberlakukan antara DJP dengan wajib pajak maupun DJP dengan aparatatur pajak di luar negeri dimana wajib pajak berada dalam wilayah yuridiksinya.

3. Transfer Rules

Menurut Santoso (2004) *transfer rules* merupakan kebijakan dimana Negara diberikan kewenangan untuk mendistribusikan atau mengalokasikan item-item yang mempengaruhi Pendapatan Kena Pajak pada Wajib Pajak yang memiliki hubungan istimewa. Tujuan dari dari penerapan *transfer rules* adalah agar wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa menjadi wajib pajak yang independen, sehingga transaksi yang mereka lakukan memenuhi *arm's length principle*.

4. Mutual Agreement Procedure (MAP)

Mutual Agreement Procedure (MAP) menurut Santoso (2004) dapat dilakukan secara simultan dengan urutan mengajukan keberatan, melakukan banding, permohonan pengurangan dan pembatalan. MAP sendiri dapat diinisiasi oleh Wajib Pajak Dalam Negeri, Warga Negara Indonesia dalam konteks kasus non-diskriminasi, serta Otoritas Pajak Mitra P3B dan Ditjen Pajak. Tujuan dari diadakannya MAP ini adalah

pemberian kepastian hukum serta panduan dalam pelaksanaan prosedur administratif pada P3B.

5. Tax Haven

Negara Tax Haven merupakan negara yang membebaskan wajib pajaknya dari membayar pajak penghasilan atau bisa dikatakan pajak penghasilannya 0%, negara dengan tarif pajak yang lebih rendah dari Indonesia juga dapat dikategorikan sebagai negara *tax haven* (Santoso, 2004). Keberadaan negara *tax haven* ini tidak lepas dari sorotan karena negara-negara *tax haven* biasanya dijadikan sebagai tempat persinggahan bagi perusahaan yang ingin meminimalkan beban pajaknya dengan mentransfer laba ke anak perusahaan yang berada di negara *tax haven*.

Berikut adalah daftar negara yang masuk ke dalam *tax haven* versi *European Union* (EU) pada tahun 2013:

TABEL 2.1
Daftar Negara *Tax Haven*

1	Andorra	17	Liechtenstein
2	Anguilla	18	Maldives
3	Antigua and Barbuda	19	Marshall Island
4	Bahama	20	Mauritus
5	Barbados	21	Monaco
6	Belize	22	Muntserrat
7	Bermuda	23	Nauru
8	British Virgin Island	24	Niue
9	Brunei	25	Panama
10	Cayman Island	26	San Marino
11	Cook Island	27	St. Kitts and Nevis
12	Costa Rica	28	St. Vincent and The Grenadines
13	Cyprus	29	Turks and Caicos Island
14	Grenada	30	US Virgin Island
15	Guernsey, Sark and Alderney	31	Yunuatu
16	Hongkong		

Sumber: Diolah dari <http://news.ddtc.co.id/>

Sedangkan dibawah ini merupakan tarif pajak dari berbagai negara di dunia, negara dengan tarif pajak lebih rendah dari tarif pajak Indonesia (30%) juga dapat dikategorikan sebagai negara *tax haven*:

TABEL 2.2
Daftar Tarif Pajak Penghasilan Negara di Dunia

Negara	Tarif PPh (%)	Negara	Tarif PPh (%)
Australia	45	Chile	40
Papua Nugini	42	Amerika Serikat	39,6
Selandia Baru	33	Argentina	35
Samoa	27	Venezuela	34
Fiji	20	Kolombia	33
Denmark	55,56	Peru	30
Spanyol	52	Meksiko	30
Portugal	48	Kanada	29
Inggris	45	Brazil	27,5
Perancis	45	Guatemala	7
Jerman	45	Afrika Selatan	40
Italia	43	Republik Demokratik Kongo	30
Yunani	42	Kenya	30
Swiss	40	Tanzania	30
Polandia	32	Mesir	25
Ukraina	17	Nigeria	24
Russia	13	Jepang	50,84
India	33,99	Tiongkok	45
Filipina	32	Taiwan	45
Indonesia	30	Republik Korea	38
Malaysia	26	Thailand	35
Singapura	20	Vietnam	35
Hongkong	15		

Sumber: Diolah dari <http://www.halomoney.co.id/>

6. Transfer pricing

Transfer pricing didefinisikan sebagai suatu harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual dan biaya divisi pembeli. *Transfer pricing* kebanyakan ditetapkan pada produk antara (*intermediate product*) yang merupakan

barang atau jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli (Mangoting, 2000). Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi antar divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan asing (Yuniasih dkk, 2011). Transaksi *transfer pricing* biasanya dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Seperti yang diungkapkan pada PSAK No 7 bahwa pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pihak yang mempunyai kemampuan mengendalikan atau pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan pihak lain.

Gunadi (1994) menyatakan bahwa *transfer pricing* adalah penentuan harga yang berhubungan dengan penyerahan barang, jasa, atau pengalihan teknologi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Selain itu, *transfer pricing* juga merupakan suatu rekayasa yang dilakukan untuk manipulasi harga secara sistematis. Manipulasi harga yang dilakukan dalam *transfer pricing* menyangkut masalah kewajaran. Otoritas fiskal (aparatur perpajakan) selalu menginginkan transaksi yang terjadi antardivisi atau antarperusahaan dalam satu grup tetap mengacu pada harga pasar wajar dan bersifat *arm's length*.

PSAK No 17 menyebutkan bahwa pengakuan akuntansi suatu pengalihan sumber daya secara normal didasarkan pada suatu harga yang disepakati pihak yang bersangkutan. Harga yang berlaku antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa adalah harga pertukaran antara pihak yang independen. Meski demikian, pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa sepertinya memiliki prinsip tersendiri dalam melakukan transaksi

dimana prinsip tersebut berbeda dengan ketika mereka melakukan transaksi dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Menurut *arm's length principle*, harga transfer harusnya ditetapkan sesuai dengan harga wajar sama halnya dengan harga yang ditetapkan pada transaksi antar pihak yang tidak terikat.

7. Mekanisme Bonus

Menurut Hartati dkk (2014) mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Mekanisme bonus yang didasarkan pada besarnya laba menjadi cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Mekanisme ini cenderung membuat direksi atau manajer berusaha untuk meningkatkan laba perusahaan agar bonus yang mereka terima semakin meningkat. Akibat dari adanya mekanisme bonus tersebut, direksi dan manajemen cenderung melakukan manajemen laba untuk menaikkan laba perusahaan salah satunya melalui praktik *transfer pricing*.

8. Pajak

Dalam Pasal 1 UU No 28/2007 tentang Ketentuan Umum Perpajakan (KUP) dijelaskan bahwa Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak menjalankan fungsi sebagai sumber keuangan Negara, menjalankan fungsi *Regulated* (mengatur) dan sebagai sarana redistribusi pendapatan.

Agresivitas pajak menurut Frank dkk (2009) seperti yang dikutip oleh Suyanto (2012), merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*). Perusahaan menganggap pajak sebagai beban/biaya yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk sedapat mungkin mengurangi beban pajak mereka ke tingkat yang paling minimal (*tax minimization*).

9. Exchange rate

Nilai tukar (atau dikenal sebagai kurs) adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda. Marfuah dan Azizah (2014) menyatakan bahwa *exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu pada proses memasukkan transaksi yang menggunakan mata uang asing dan pada pengungkapan laba rugi perusahaan secara keseluruhan.

Dalam pembahasan nilai tukar juga tidak lepas dari risiko nilai tukar (*exchange rate risk*). Risiko nilai tukar merupakan suatu bentuk risiko yang muncul akibat dari adanya perubahan nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang yang lain. Perusahaan yang memiliki operasi bisnis lintas negara tidak dapat terhindar dari risiko ini apabila tidak menerapkan lindung nilai. Menurut Chan dkk (2002) perusahaan cenderung menggunakan *transfer*

pricing untuk menghindari risiko tersebut, dengan memindahkan laba ke mata uang yang kuat.

10. Multinationality

Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara. Pada perusahaan multinasional, terdapat dua kelompok kepemilikan yaitu kepemilikan pihak dalam dan kepemilikan pihak luar. Kepemilikan pihak dalam merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh pihak internal perusahaan seperti manajer, sedangkan kepemilikan pihak luar adalah kepemilikan saham perusahaan oleh perusahaan internasional/multinasional sebesar 50% atau lebih. Perusahaan multinasional biasanya memiliki perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas (Martasari, 2015). Perusahaan multinasional yang beroperasi di lebih dari satu negara cenderung melakukan penghindaran pajak yang lebih besar. Gusnardi (2009) menyatakan bahwa *transfer pricing* kebanyakan dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan kewajiban pajak global yang ditanggung oleh perusahaan mereka.

B. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*

Pemilik perusahaan biasanya menilai kinerja para direksi dan manajer melalui laba perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan mekanisme tersebut, manajer dan direksi akan cenderung menaikkan laba perusahaan dengan melakukan manajemen laba salah satunya melalui praktik *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hartati dkk (2014) menunjukkan adanya pengaruh antara mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Dalam rangka mendapat bonus dari pemilik perusahaan, para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *Transfer pricing*. Pada tahun 2015 Hartati dkk kembali melakukan penelitian yang hasilnya konsisten dengan penelitian sebelumnya, yakni mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Halim (2015) juga menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, namun memiliki arah yang berbeda. Dalam penelitian ini mekanisme bonus memiliki arah hubungan negatif dengan *transfer pricing* dimana semakin besar kenaikan laba perusahaan, semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi pasti telah menetapkan strategi-strategi dalam mencapai target bonus yang ingin diperoleh baik dengan melakukan inovasi strategi maupun strategi lain yang efektif.

Adanya kebijakan mekanisme bonus menjadi motivasi tersendiri bagi para manajer untuk meningkatkan kinerja mereka. Apabila bonus diberikan berdasarkan kinerja, direksi memberikan bonus bagi para manajer yang menunjukkan kinerja baik pada laporan akhir tahun. Tidak melihat bahwa hasil yang baik itu berasal dari proses yang baik pula atau tidak. Jika manajer berhasil memperlihatkan kinerja optimal dan hasil laba yang baik di laporan akhir tahun, maka ia mendapat bonus sesuai dengan kinerjanya. Oleh

sebab itu, manajer kadang menggunakan praktik *transfer pricing* dengan melakukan transfer sumber daya antar divisi untuk memperoleh keuntungan yang besar karena transfer sumber daya antara divisi dapat dilakukan diluar harga wajar.

Namun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Tsani (2011) dan Fitri (2015) menunjukkan bahwa pemberian bonus kepada manajer atau karyawan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba yang dilakukan dalam perusahaan. Dalam penelitian mereka, dijelaskan bahwa semakin tinggi bonus yang diberikan perusahaan kepada manajer dan karyawan, maka tingkat manajemen laba adalah tetap atau konstan. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015). Berdasarkan uraian di atas, penulis menurunkan hipotesis pertama yaitu:

H₁ : Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

2. Pengaruh Tax minimization terhadap Keputusan Transfer pricing

Pajak dianggap sebagai beban yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Semakin tinggi pajak yang harus ditanggung perusahaan maka semakin kecil laba yang diperoleh perusahaan. Dengan alasan inilah, perusahaan berusaha untuk meminimalkan pembayaran pajak mereka. Minimalisasi pembayaran pajak ini dapat dilakukan melalui pengelolaan pajak maupun manajemen laba dalam bentuk *transfer pricing*. Perusahaan multinasional cenderung memiliki pengelolaan pajak yang efisien bagi seluruh korporasinya, namun sumber pendapatan yang tidak hanya berasal dari satu negara terkadang mendorong perusahaan multinasional

melakukan praktik *transfer pricing*. Perusahaan tersebut mentransfer pendapatan ke negara dengan tarif pajak rendah (*tax havens country*) dengan tujuan meminimalkan beban pajak mereka.

Pajak dalam perusahaan tidak dapat dimasukkan ke dalam biaya produksi, karena pajak merupakan iuran wajib atas sejumlah pendapatan yang diperoleh wajib pajak baik perorangan maupun badan. Pajak dinilai sebagai pengurang laba perusahaan karena semakin besar pajak yang harus ditanggung perusahaan, maka laba perusahaan yang diperoleh akan semakin berkurang. Hal inilah yang dijadikan manajer atau direksi sebagai alasan untuk melakukan *transfer pricing* guna meminimalkan jumlah pajak yang harus mereka bayar.

Penelitian yang dilakukan Yuniasih dkk (2012) menunjukkan adanya pengaruh positif antara pajak dan *transfer pricing*. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Kiswanto dan Purwaningsih (2014) yang menyatakan pajak berpengaruh signifikan positif terhadap *transfer pricing*. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* semakin tinggi. Hal ini dikarenakan pajak merupakan beban yang ditanggung oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan mencoba untuk menekan pembayaran pajak untuk memaksimalkan laba melalui *transfer pricing* (Mangoting, 2000).

Penelitian mengenai pengaruh positif pajak terhadap *transfer pricing* ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif

terhadap *transfer pricing*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) juga menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Menurut dia, perusahaan cenderung meminimalisir beban pajak perusahaan bukan melalui *transfer pricing* tetapi melalui manajemen pajak. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis kedua, yaitu:

H₂ : *Tax minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

3. Pengaruh exchange rate terhadap transfer pricing

Exchange rate merupakan nilai tukar antara dua mata uang. Nilai tukar ini dapat mempengaruhi neraca perdagangan suatu negara. *Exchange rate* yang lebih tinggi akan mencerminkan harga produk domestik yang relatif lebih rendah dari harga produk lain, karena dengan Dollar yang sama akan memberikan jumlah Rupiah yang lebih banyak (Ginting, 2013). Hal tersebut juga dapat diterapkan pada pendapatan, dimana naiknya *exchange rate* atau nilai tukar akan mempengaruhi nilai suatu mata uang terhadap mata uang yang lain. Perusahaan yang menginginkan keuntungan lebih cenderung menggunakan mata uang yang lebih kuat untuk menyatakan pendapatannya.

Exchange rate mempengaruhi laba perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) dengan mentransfer dana ke mata uang yang kuat (Chan dkk, 2002).

Penelitian yang dilakukan oleh Bernard dkk (2006) mengindikasikan adanya pengaruh perubahan nilai tukar dollar terhadap harga wajar (*arm's length*) dan harga transfer pada perusahaan multinasional di Amerika Serikat. Sebagai tanggapan terhadap penilain mata uang dollar, perusahaan afiliasi dalam negeri akan menurunkan harga berbasis dolar untuk pelanggan yang berbasis harga wajar.

Cravens dan Shearon Jr (1996) menyatakan bahwa untuk mengendalikan risiko dari keuntungan maupun kerugian transaksi, perusahaan dapat menggunakan *transfer pricing* sebagai pagar pelindung untuk menghadapi perubahan nilai tukar. *Transfer pricing* dapat digunakan untuk mengurangi eksposur transaksi perusahaan multinasional terhadap risiko perubahan nilai tukar dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat.

Marfuah dan Azizah (2014) menyatakan bahwa pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan memiliki arah yang positif tetapi tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa besar kecilnya perubahan nilai tukar mata uang tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*.

Dari uraian diatas, dapat dilihat bahwa *exchange rate* mempengaruhi trasaksi lintas negara. Perubahan nilai tukar akan mempengaruhi nilai suatu mata uang terhadap mata uang yang lain. Perubahan pada nilai tukar suatu mata uang akan membuat transaksi yang terjadi menguntungkan salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi.

Oleh karena itu, perusahaan berusaha mengurangi risiko tersebut melalui praktik *transfer pricing*.

H₃ : *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*

4. Pengaruh Multinationality terhadap transfer pricing

Perusahaan dikatakan sebagai perusahaan multinasional jika perusahaan tersebut memiliki cabang atau anak perusahaan di lebih dari satu negara. Anak perusahaan di negara yang satu dengan anak perusahaan di negara yang lain memiliki perbedaan regulasi pajak tergantung pada kebijakan setiap negara. Ada negara dengan tarif pajak yang tinggi dan ada pula negara dengan tarif pajak yang rendah. Adanya perbedaan tarif pajak tersebut, membuat perusahaan multinasional harus pandai menerapkan strategi guna mengatasi problem perpajakan yang berbeda antar anak perusahaan.

Praktik *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan multinasional untuk menghindari pengenaan pajak yang tinggi dengan mentransfer laba kena pajak perusahaan ke anak perusahaan di negara dengan tarif pajak rendah. Melalui praktik ini, perusahaan dapat menghindari tarif pajak yang tinggi dan meminimalkan jumlah pembayaran pajak sehingga labanya dapat maksimal.

Perusahaan multinasional yang memiliki transaksi intragrup lintas nasional akan berusaha untuk memaksimalkan labanya secara global. Perusahaan multinasional yang beroperasi di lebih dari satu negara selalu berupaya untuk memperbaiki rantai suplainya (*supply chain*). Rantai suplai

pada perusahaan multinasional dapat berupa rantai suplai tersdesentralisasi dan tersentralisasi. Rantai suplai tersentralisasi cenderung lebih menguntungkan bagi perusahaan multinasional karena dapat mengurangi biaya-biaya korporasi. Perusahaan multinasional menghendaki laba yang optimal dan biasanya perusahaan memiliki perencanaan pajak yang efisien untuk mencapai tujuan tersebut (Siahaan, 2015).

Menurut Mangoting (2000), anak perusahaan yang didirikan pada suatu negara terkadang hanya bersifat sebagai *transit place* atau hanya sebatas tempat persinggahan. Perusahaan multinasional mendirikan perusahaan di negara-negara *tax haven* untuk digunakan sebagai tempat persinggahan dalam transaksi lintas negara perusahaan multinasional. Induk perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi akan mentransfer pendapatan atau objek transaksinya ke anak perusahaan di negara *tax haven* untuk meminimalkan beban pajak dan memaksimalkan laba.

Chandraningrum (2014) berpendapat bahwa perusahaan multinasional memiliki fleksibilitas untuk memanfaatkan perbedaan antar yurisdiksi pajak nasional sehingga dapat menurunkan beban pajak perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan multinasional melakukan pergeseran beban dan pendapatan melalui ikatan-ikatan dalam perusahaan yang memberikan peluang tambahan bagi perusahaan multinasional untuk meminimalkan pajak global yang dibayarkan.

Rahayu (2010) menyatakan adanya nature dari perusahaan induk dan anak perusahaan sebagai entitas legal terpisah membuka peluang

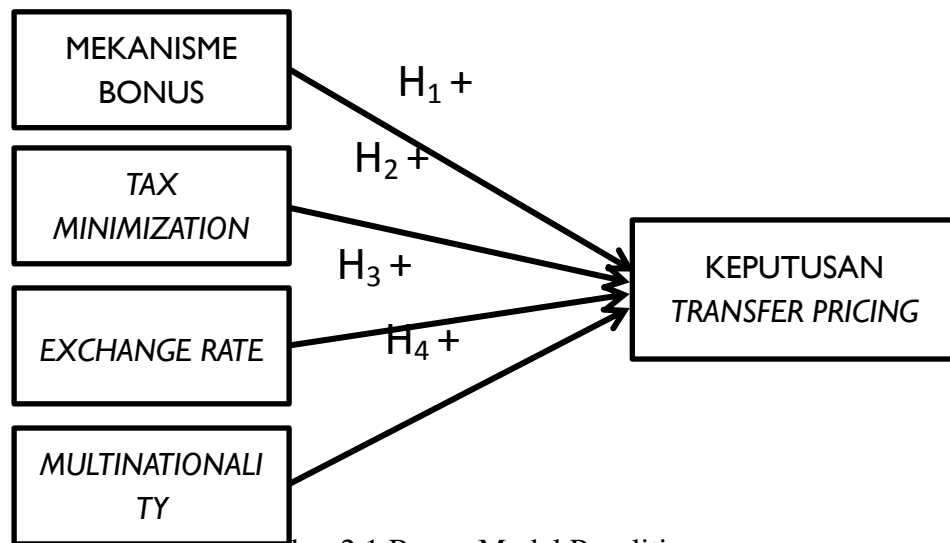
terjadinya praktik penghindaran pajak yang dilakukan melalui transaksi antar entitas yang berhubungan istimewa.

Rego (2003) juga menyatakan bahwa perusahaan multinasional memiliki kesempatan untuk menghindari pajak penghasilan dengan menempatkan operasi di negara dengan pajak yang rendah, kemudian menggeser pendapatan dari negara dengan pajak yang tinggi ke negara dengan pajak yang rendah. Pergeseran pendapatan ini dilakukan dengan memanfaatkan perbedaan aturan pajak antara negara satu dengan yang lainnya dan mengambil keuntungan dari perjanjian subsidi pajak dengan negara tuan rumah.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa semakin perusahaan itu bersifat multinasional, semakin besar kesempatan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Adanya *tax haven countries* mendukung perusahaan multinasional untuk melakukan praktik penghindaran pajak melalui *transfer pricing*. Oleh karena itu, penulis menurunkan hipotesis keempat yaitu:

H₄ : *Multinationality* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*

C. Model Penelitian



Gambar 2.1 Bagan Model Penelitian