

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ruang Lingkup Akuntansi dan Perpajakan

2.1.1.1 Definisi Akuntansi

Pengertian Akuntansi Menurut Warren, Reeve, & Duchac (2017:3) sebagai berikut:

“Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan”.

Menurut Hanggara (2019:1) Akuntansi adalah:

“Akuntansi merupakan proses identifikasi, pencatatan, dan pelaporan data – data atau informasi ekonomi yang bermanfaat sebagai penilaian dan pengambilan keputusan”.

Menurut Irmah Halimah, dan Nurfaradila (2019:3) bahwa:

“Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa akuntansi didefinisikan sebagai bahasa bisnis yang menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat bagi pihak *shareholder* maupun *stakeholder*”.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian akuntansi adalah sebuah proses pencatatan transaksi keuangan untuk

mendapatkan informasi berupa laporan keuangan yang dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan.

2.1.1.2 Bidang – Bidang Akuntansi

Saat ini transaksi yang terjadi pada suatu perusahaan sangat kompleks seiring dengan perkembangan perusahaan dan kegiatan bisnis yang dilakukan. Kondisi ini menuntut perusahaan harus dapat menyajikan berbagai jenis informasi keuangan yang cepat dan akurat. Untuk memenuhi beberapa kebutuhan tersebut, maka ilmu akuntansi sendiri memiliki berbagai macam bidang-bidang akuntansi.

Menurut Tutik (2022:19) bidang–bidang akuntansi terbagi menjadi 9, yaitu :

1. “Akuntansi Keuangan (*Financial Accounting*)
Dalam menyangkut suatu pencatatan transaksi-transaksi suatu perusahaan dan penyusunan sebuah laporan berkala dimana laporan tersebut bisa memberikan informasi yang berguna bagi manajemen, para pemilik, dan kreditur.
2. Pemeriksaan Akuntansi (*Auditing*)
Yaitu suatu bidang yang menyangkut suatu pemeriksaan laporan-laporan keuangan yang melalui catatan akuntansi secara bebas yakni suatu laporan keuangan tersebut diperiksa mengenai kejujuran dan kebenarannya.
3. Akuntansi Manajemen (*Management Accounting*)
Suatu bidang akuntansi yang menggunakan baik data historis ataupun data-data taksiran dalam membantu manajemen untuk merencanakan suatu operasi-operasi dimasa yang akan datang.
4. Akuntansi Perpajakan (*Tax Accounting*)
Mencakup penyusunan laporan-laporan pajak dan pertimbangan tentang sebuah konsekuensi-konsekuensi dari transaksi-transaksi perusahaan.
5. Akuntansi Budgeter (*Budgetary Accounting*)
Bidang ini merencanakan suatu operasi-operasi keuangan (anggaran) untuk suatu periode dan memberikan suatu perbandingan antara operasi-operasi sebenarnya dengan operasi yang direncanakan.
6. Akuntansi untuk Organisasi Nirlaba (*Non Profit Accounting*)
Suatu bidang yang mengkhususkan diri dalam suatu pencatatan transaksi-transaksi perusahaan yang tidak mencari laba misalnya seperti organisasi keagamaan dan yayasan-yayasan sosial.
7. Akuntansi Biaya (*Cost Accounting*)

Ialah suatu bidang yang menekankan penentuan dan pemakaian biaya serta pengendalian biaya tersebut yang pada umumnya terdapat dalam suatu perusahaan industri.

8. Sistem Akuntansi (*Accounting System*)

Bidang ini meliputi semua teknik, metode, dan prosedur untuk mencatat dan mengolah data akuntansi dalam rangka mendapatkan pengendalian intern yang baik, yang dimana pengendalian intern adalah suatu sistem pengendalian yang didapatkan dengan adanya struktur organisasi yang memungkinkan adanya suatu pembangian tugas dan sumber daya manusia yang cakap dan praktik-praktik yang sehat.

9. Akuntansi Sosial (*Social Accounting*)

Bidang yang terbaru dalam akuntansi dan yang paling sulit untuk diterangkan secara singkat, karena menyangkut dana-dana kesejahteraan masyarakat".

2.1.1.3 Definisi Akuntansi perpajakan

Akuntansi perpajakan menurut Rinaldi et al (2021:4) adalah sebagai berikut:

“Akuntansi perpajakan sebenarnya dapat dikatakan sebagai suatu seni dalam mencatat, menggolongkan, mengikhtisarkan serta menafsirkan transaksi-transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan dan bertujuan untuk menentukan jumlah penghasilan kena pajak atau diterima dalam suatu tahun pajak untuk dipakai sebagai dasar penetapan beban dan atau pajak penghasilan yang terutang oleh perusahaan sebagai wajib pajak. Wajib pajak meliputi wajib pajak badan dan wajib pajak orang pribadi”.

Menurut waluyo (2014) akuntansi perpajakan adalah sebagai berikut:

“Dalam menetapkan besasnya pajak terutang, tetap berdasarkan laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan, mengingat tentang perundang-undangan perpajakan terdapat aturan-aturan khusus yang berkaitan dengan akuntansi, yaitu masalah konsep transaksi dan peristiwa keuangan, metode pengukurannya, serta pelaporan yang ditetapkan berdasarkan undang-undang”.

Menurut Sukrisno Agoes (2014) akuntansi perpajakan adalah

“Akuntansi yang diterapkan sesuai dengan peraturan perpajakan. Akuntansi pajak merupakan bagian dari akuntansi komersial yang diatur dalam standar akuntansi keuangan (SAK). Dengan adanya akuntansi perpajakan WP dapat dengan lebih mudah menyusun SPT, sedangkan akuntansi komersial disusun dan disajikan berdasarkan SAK. Namun untuk kepentingan perpajakan, akuntansi komersial harus disesuaikan dengan aturan perpajakan yang berlaku di Indonesia”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi perpajakan ialah pencatatan transaksi yang berhubungan dengan pajak untuk mempermudah penyusunan surat pemberitahuan pajak (SPT) masa dan tahunan pajak penghasilan. Dengan adanya akuntansi perpajakan menjadi suatu prinsip dasar yang diatur dalam UU perpajakan dan pembentukannya terpengaruh oleh fungsi perpajakan dalam mengimplementasikan sebagai kebijakan pemerintah.

2.1.2 Ruang Lingkup Pajak

2.1.2.1 Definisi Pajak

Beberapa ahli dalam bidang perpajakan memberikan definisi yang berbeda mengenai pajak. Namun demikian, definisi tersebut pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yaitu merumuskan pengertian pajak sehingga mudah untuk dipahami.

Menurut Asmadani dkk (2020:1) definisi pajak adalah sebagai berikut:

“Pajak adalah salah satu sumber penerimaan negara, bahkan jumlahnya relatif terbesar dibandingkan sumber penerimaan lainnya”.

Definisi pajak menurut UU nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (UU KUP) yaitu:

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

Menurut Mardiasmo (2019) definisi perpajakan sebagai berikut:

“Perpajakan yaitu 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”.

Dari beberapa definisi pajak diatas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara berdasarkan Undang-undang 1945 atau peraturan yang sedang berlaku dengan mempunyai sifat memaksa dan digunakan untuk keperluan negara dalam membantu pembangunan dan fasilitas untuk kemakmuran rakyat.

2.1.2.2 Fungsi Pajak

Sebagaimana telah diketahui pengertian pajak dari berbagai definisi, terlihat adanya beberapa fungsi pajak menurut Martha Rianty (2020:2) yaitu sebagai berikut:

1. “Fungsi anggaran (*budgeter*)
Pajak merupakan sumber pemasukan keuangan negara dengan cara mengumpulkan dana atau uang dari wajib pajak ke kas negara untuk membiayai pembangunan nasional. Dengan demikian, fungsi ini untuk menyeimbangkan pengeluaran negara dengan pendapatan negara.
2. Fungsi mengatur (*regulation*)
Pajak juga merupakan alat untuk melaksanakan atau mengatur kebijakan negara dalam lapangan sosial dan ekonomi, fungsi mengatur tersebut antara lain:
 - Pajak dapat digunakan untuk menghambat laju inflasi.
 - Pajak dapat mengatur dan menarik investasi modal yang membantu perekonomian agar semakin produktif.
 - Pajak dapat memberikan proteksi atau perlindungan terhadap barang produksi dari dalam negeri, contohnya pajak pertambahan nilai (PPN)
 - Pajak dapat mendorong kegiatan ekspor, seperti pajak ekspor barang.
3. Fungsi Pemerataan (Pajak Distribusi)
Dapat digunakan untuk menyesuaikan dan menyeimbangkan antara pembagian pendapatan dengan kebahagiaan dan kesejahteraan masyarakat.
4. Fungsi stabilisasi
Digunakan untuk menstabilkan kondisi dan keadaan perekonomian, seperti untuk mengatasi inflasi, pemerintah menetapkan pajak yang tinggi, sehingga jumlah uang yang beredar dapat dikurangi”.

Keempat fungsi pajak diatas merupakan fungsi dari pajak yang umum dijumpai diberbagai negara. Di Indonesia, pemerintah lebih menitikberatkan pada dua fungsi pajak sebagai pengatur dan *budgeter*.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Pajak

Menurut Mardiasmo (2018), ada tiga pengelompokan pajak antara lain:

1. “Menurut Golongan
 - a) Pajak langsung, merupakan pajak yang tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain dan harus ditanggung sendiri. Contoh : PPh
 - b) Pajak tidak langsung, merupakan pajak yang dilimpahkan kepada lain. Contoh: PPn
2. Menurut Sifat
 - a) Pajak Subjektif, merupakan pajak yang berdasarkan subyeknya, artinya keadaan diri wajib pajak tersebut diperhatikan. Contoh: PPh
 - b) Pajak Objektif, merupakan pajak yang berdasarkan objeknya dan wajib pajak tidak diperhatikan. Contoh: PPn dan PPnBM
3. Menurut Lembaga Pemungut
 - a) Pajak Pusat, merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk pengeluaran negara. Contoh: PPh, PPn, PPnBM, Pajak Bea Materai.
 - b) Pajak Daerah, dipungut pemerintah daerah dan digunakan untuk pengeluaran daerah. Pajak daerah terdiri dari pajak kabupaten dan pajak provinsi. Yang termasuk pajak provinsi adalah pajak kendaraan bermotor dan pajak bahan bakar kendaraan bermotor, sedangkan pajak kabupaten adalah pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan”.

2.1.2.4 Objek Pajak

Objek pajak penghasilan yaitu, setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak. Baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Objek Pajak Menurut Undang-Undang Pajak Pasal 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan anatar lain:

1. “Penggantian atau imbalan dengan pekerjaan atau jasa, yang diterima atau yang diperoleh termasuk gaji, upah, tunjangan, honorium, komnisi, bonus, uang pensiun, atau imbalan dalam bentuk lain. Kecuali ditentukan lain dalam undang - undang ini.
2. Laba Usaha.
3. Keuntungan karena penjualan atau penghalian harta termasuk :
 - a. Keuntungan karena penghalian harta kepada perseroan, persekutuan dan badan lainnya sebgai pengganti saham atau penyertaan modal.
 - b. Keuntungan karena penghalian harta kepada pemegang saham, sekutu, atau anggota yang diperoleh perseroan, persekutuan dan badan lain.
 - c. Keuntungan karena likuidasi, penggabungan, peleburan, pemekaran, pemecahan, pengambilalihan usaha atau reorganisasi dengan nama dan dalam bentuk apapun.
 - d. Keuntungan karena pengahlisan harta berupah hiba, bantuan atau sumbangan kecuali yang diberikan kepada keluarga sederhana garis keturunan lurus atau sederajat dan badan pendidikan, badan sosialisasi termasuk yayasan, koperasi atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro kecil.
4. Penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya dan pembayaran tambahan pengambilan pajak.
5. Royalti atau imbalan atas pengakuan hak.
6. Sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta.
7. Penerimaan atau perolehan bayaran berkala.
8. Keuntungan karena pembebasan utang kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang telah ditetapkan dengan peraturan pemerintah.
9. Keuntungan selisih kurs mata uang asing.
10. Selisih lebih karena penilaian kembali aktiva.
11. Iuran yang diterima atau diperoleh perkumpulan dari anggotanya yang terdiri dari wajib pajak menjalankan usaha atau pekerjaan.
12. Tambahan kekayaan neto bersal dari penghasil yang belum dikenakan pajak mana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan.
13. Peghasilan dari usaha yang berbasis syariah.
14. Imbalan bunga”.

2.1.2.5 Tata Cara Pemungutan Pajak

Cara Pemungutan Pajak menurut Moh. Taufik (2022:101) dilakukan berdasarkan 3 stelsel yaitu :

1. “Stelsel nyata (*riil stelsel*) Pengenaan pajak didasarkan pada objek (penghasilan yang nyata), sehingga pemungutannya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yakni setelah penghasilan yang

sesungguhnya diketahui. Stelsel nyata mempunyai kelebihan atau kebaikan dan kekurangan. Kebaikan stelsel ini adalah pajak yang dikenakan lebih realistis. Sedangkan kelemahannya adalah pajak baru dapat dikenakan pada akhir periode (setelah penghasilan riil diketahui).

2. Stelsel anggapan (*fictieve stelsel*) Pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang. Misalnya, penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan tahun sebelumnya, sehingga pada awal tahun pajak sudah dapat ditetapkan besarnya pajak yang terutang untuk tahun pajak berjalan. Kebaikan stelsel ini adalah pajak dapat dibayar selama tahun berjalan, tanpa harus menunggu pada akhir tahun. Sedangkan kelemahannya adalah pajak yang dibayar tidak berdasarkan pada keadaan yang sesungguhnya.
3. Stelsel campuran Stelsel ini merupakan kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian pada akhir tahun besarnya pajak disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Bila besarnya pajak menurut kenyataan lebih besar dari pada pajak menurut anggapan, maka Wajib Pajak harus menambah. Sebaliknya, jika lebih kecil kelebihannya dapat diminta kembali”.

2.1.3 Tunneling Incentive

2.1.3.1 Pengertian Tunneling Incentive

Menurut Deanti (2017) *tunneling incentive* yaitu:

“Merupakan kegiatan pemindahan sumber daya, baik aset, pembagian keuntungan dan pemberian hak istimewa yang diberikan oleh pemegang saham mayoritas kepada pemegang saham minoritas untuk memperoleh keuntungan bagi pemegang saham mayoritas dan memberi dampak merugi pada pemegang saham minoritas”.

Definisi *Tunneling Incentive* menurut Sari dan Sugiharto (2014:1) yaitu:

“*Tunneling Incentive* adalah perilaku pemegang saham pengendali yang mentransfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali”.

Definisi *Tunneling Incentive* menurut Anthony et al (2015) adalah:

“*Tunneling Incentive* merupakan pemindahan harta perusahaan dari anak usaha ada suatu negara ke anak usaha atau induk usaha di negara lainnya, atau dari perusahaan ke pemegang saham pengendali untuk tujuan memperkaya pemegang saham pengendali”.

Dari definisi mengenai pengertian *tunneling incentive* yang dapat penulis simpulkan bahwa *tunneling incentive* adalah suatu tindakan mentransfer aset dan laba perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas untuk keuntungan diri mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

2.1.3.2 Pengukuran *Tunneling Incentive*

Tunneling incentive diproksikan dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih. Kriteria struktur kepemilikan terkonsentrasi didasarkan pada UU Pasar Modal No.IX.H.1, yang menjelaskan pemegang saham pengendali adalah pihak yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih (Mutamimah, 2008).

Pengukuran *Tunneling Incentive* Menurut Deanti (2017):

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

Kaitan pengukuran *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* yaitu untuk mengukur kontrol yang besar dari pemegang saham mayoritas, karena pemegang saham mayoritas berkesempatan untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan ke negara *tax haven* melalui harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas, dan pemegang saham minoritas ikut menanggung beban yang dikeluarkan.

2.1.3.3 Kepemilikan Saham

1. Definisi Saham

Menurut Gunadi dan Widyatama (2021), saham merupakan tanda bukti dari kepemilikan perusahaan di mana pemiliknya disebut juga sebagai pemegang saham (*shareholder* atau *stockholder*).

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:5), definisi saham (*stock*) adalah:

“Tanda penyertaan atau pemilikan seorang atau badan dalam suatu emiten atau perseroan terbatas. Saham berwujud selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik emiten yang menerbitkan surat berharga tersebut”.

Fahmi (2015:81), menyatakan bahwa definisi saham (*stock*) sebagai berikut:

“Tanpa bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan berupa selebar kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya”.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa saham adalah surat bukti tanda kepemilikan suatu perusahaan yang didalamnya tercantum nilai nominal, nama perusahaan, serta diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

2. Jenis-Jenis Saham

Menurut Nor Hadi dalam Gunardi dan Widyatama (2021), ada beberapa sudut pandang yang membedakan jenis-jenis saham. jenis saham sebagai berikut:

1. “Ditinjau dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim, maka saham dibedakan menjadi dua yaitu saham biasa (*common stock*) dan saham preferen (*preferred stock*)

- a. Saham biasa (*common stock*), adalah saham yang menempatkan pemilikinya paling akhir terhadap klaim. Pemegang saham biasa akan mendapatkan keuntungan apabila perusahaan memperoleh laba. Pemegang saham biasa mendapatkan prioritas paling akhir dalam pembagian keuntungan (dividen) dan penjualan aset perusahaan apabila terjadi likuidasi.
 - b. Saham preferen (*preferred stock*), adalah gabungan (*hybrid*) antara obligasi dan saham biasa. Maksudnya ialah disamping memiliki karakteristik layaknya obligasi, ia juga memiliki karakteristik seperti saham biasa. Saham preferen memiliki karakteristik dari obligasi, misalnya ia memberikan hasil yang tetap layaknya pada bunga obligasi dan saham preferen pada umumnya memberikan pilihan tertentu atas pembagian dividen. Ada pembeli saham preferen yang menghendaki penerimaan dividen yang besarnya tetap setiap tahun, ada pula yang menghendaki untuk didahulukan dalam pembagian dividen dan lain sebagainya. Memiliki karakteristik seperti saham biasa, sebab tidak selamanya saham preferen bisa memberikan penghasilan seperti yang dikehendaki pemegangnya.
2. Ditinjau dari cara peralihan saham, saham dapat dibagi sebagai berikut:
- a. Saham atas unjuk (*bearer stock*) artinya pada saham tersebut tidak tertulis nama pemilik. Saham ini sangat mudah dipindahtanggankan (dialihkan) kepemilikan (seperti uang) sehingga memiliki likuiditas yang lebih tinggi.
 - b. Saham atas nama (*registered stock*) merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa nama pemilikinya, dan peralihannya melalui prosedur tertentu.
3. Ditinjau dari kinerja perdagangan saham dapat dibagi sebagai berikut:
- a. Blue chip stock (saham unggulan), merupakan saham biasa dengan market kapital besar. Saham perusahaan yang digolongkan blue chip memiliki reputasi bagus, leader dari industri sejenisnya, memiliki pendapatan stabil, dan konsisten membagikan dividen
 - b. Saham pendapatan (*income stock*), saham dari emiten yang memiliki kemampuan membayar dividen lebih tinggi dari rata-rata dividen yang dibayar tahun sebelumnya. Emiten ini biasanya mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi dan dengan teratur memberikan dividen tunai.
 - c. Saham pertumbuhan (*growth stock/well-known*) merupakan saham dari emiten yang memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi dan menjadi leader di industri sejenis. Saham jenis ini biasanya memiliki price earning (PER) yang tinggi. Selain itu, terdapat juga growth stock (*lesser known*) yaitu saham dari emiten yang tidak berperan sebagai leader di industri namun

- memiliki ciri growth stock. Umumnya saham ini berasal dari daerah dan kurang terkenal dikalangan emiten.
- d. Saham spekulatif (*speculative stock*) saham dari emiten yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan dari tahun ke tahun. Namun emiten saham ini memiliki potensi penghasilan pendapatan di masa datang, meskipun penghasilan tersebut belum dapat dipastikan.
 - e. Saham siklikal (*counter cyclical stock*) saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi harga saham ini tetap tinggi.
 - f. Saham bertahan (*deensive/countercyclical stock*) saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi harga saham ini bertahan tinggi dan mampu memberikan dividen tinggi, sebagai akibat kemampuan emitennya mendapatkan penghasilan yang tinggi pada kondisi resesi sekalipun”.

3. Pemegang Saham

Menurut Situmorang dan Rasji (2023), pemegang saham adalah mereka yang ikut serta dalam modal perseroan dengan membeli satu atau lebih saham-saham. Adapun cara untuk menjadi pemegang saham adalah dengan menjadi pendiri atau membeli saham dari pemilik saham yang lama atau mendapat warisan saham-saham.

Menurut Situmorang dan Rasji (2023), pemegang saham dibagi menjadi dua yaitu:

- a. “Pemegang saham Pengendali (mayoritas)
pemegang saham pengendali merupakan pihak yang memiliki saham pada perusahaan terbuka lebih dari 50% (lima puluh persen) dari seluruh saham dengan hak suara yang telah disetor penuh, atau mempunyai kemampuan untuk menentukan pengelolaan dan/ atau kebijakan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung atau bukan pemegang saham utama yaitu yang memiliki paling sedikit 20% (dua puluh persen) hak suara dari seluruh saham yang dikeluarkan perseroan.

b. Pemegang saham minoritas

Pemegang saham minoritas adalah pemegang saham yang tidak memiliki kontrol manajemen dalam perseroan atau bukan pengendali”.

4. Stuktur Kepemilikan

Menurut Abdurrahman (2008) dalam Irawan (2015), menyatakan bahwa struktur kepemilikan adalah komposisi pemegang saham dalam suatu perusahaan yang dihitung berdasarkan jumlah saham yang dimiliki dengan seluruh jumlah saham yang ada. Proporsi dalam kepemilikan ini akan menentukan jumlah mayoritas dan minoritas kepemilikan saham dalam perusahaan. Jenis dan pola kepemilikan akan berpengaruh terhadap struktur kepemilikan suatu perusahaan. Secara umum, pola kepemilikan dapat dibedakan menjadi 2 yaitu perusahaan terkonsentrasi dan menyebar.

Perusahaan dengan kepemilikan terkonsentrasi (*concentrated*), memiliki arti bahwa perusahaan tersebut dikuasai oleh pemegang saham yang memiliki proporsi kepemilikan saham perusahaan minimal 20% dari total saham yang beredar (Setia Atmaja *et al.*, 2009 dalam Darmadi dan Gunawan, 2013). Pemegang saham tersebut mempunyai wewenang untuk melakukan pengawasan terhadap kinerja perusahaan dan perilaku manajemen serta memiliki hak voting dalam pembuatan keputusan. Sedangkan perusahaan dengan kepemilikan yang terbesar (*widely held*) mengandung arti bahwa perusahaan tersebut dikuasai oleh pemegang saham yang memiliki proporsi kepemilikan saham perusahaan oleh public yang tersebar merata atau tidak ada kepemilikan blok saham. Pemegang saham tersebut tidak memiliki

wewenang atau kekuatan dalam melakukan control aktif terhadap perusahaan (Irawan, 2015).

Menurut Irawan (2015), jenis kepemilikan dalam struktur modal perusahaan antara lain:

- a. “Kepemilikan Institusional
Kepemilikan institusional merupakan mekanisme eksternal dalam memonitor manajemen untuk mengelola perusahaan. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau Lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dana pension dan kepemilikan lain (Tarjo, 2008 dalam Wijayanti dkk., 2019).
- b. Kepemilikan Manajerial
Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Secara khusus kepemilikan manajer terhadap perusahaan atau yang biasa dikenal dengan istilah *Insider ownership* ini didefinisikan sebagai persentase suara yang berkaitan dengan saham dan option yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen, 2004 dalam Rawi, 2008 dalam Ariani, 2018). Kepemilikan manajer (*insider ownership*) tersebut dapat menyebabkan munculnya *benefit* maupun *cost* bagi perusahaan, karena *insider ownership* tersebut kemudian memberikan dampak pada perilaku pihak manajemen (Jensen, 1992 dalam Ariani, 2018).
- c. Kepemilikan Keluarga
Kepemilikan keluarga adalah kepemilikan saham oleh suatu keluarga atau sekelompok orang yang masih memiliki hubungan kekerabatan. Perusahaan keluarga memiliki ciri khas yaitu umumnya memiliki struktur piramida yang menunjukkan hubungan antara perusahaan induk dengan perusahaan anak (Morck dan Yeung, 2003 dalam Irawan, 2015).
- d. Kepemilikan Pemerintah
Kepemilikan pemerintah adalah kepemilikan saham oleh suatu pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah memiliki hak istimewa untuk mengendalikan kebijakan yang diambil oleh manajemen agar sesuai dengan kepentingan pemerintah. Agar *going concern* tercapai, perusahaan harus mampu mensinkronkan dirinya dengan pemerintah (Amran dan Devi, 2008 dalam Irawan, 2015).
- e. Kepemilikan Asing
Kepemilikan asing adalah persentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Menurut undang-undang no. 25 tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah

perseroan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia. Kepemilikan asing di Indonesia dibagi menjadi dua macam yaitu kepemilikan saham (*trade*) dan penambahan anak cabang (*ownership*) (Ariani, 2018)”

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Definisi Profitabilitas menurut Rahman et al (2020):

“Profitabilitas yaitu rasio yang bisa digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan”.

Menurut Hery (2016:192) Profitabilitas adalah:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas tersebut”.

Menurut Ananda Putri Aulia (2022) Profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (laba) dalam periode tertentu, profitabilitas juga diukur menggunakan *ROA (Return On Assets)*”.

Menurut R. Agus Sartono (2014:122) Profitabilitas adalah:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini”.

Berdasarkan penjelasan mengenai profitabilitas penulis dapat menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam meningkatkan dan juga menghasilkan laba yang maksimal. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham, maka

investor akan memilih perusahaan untuk menanamkan sahamnya. Karena rasio profitabilitas ini yang biasanya dijadikan bahan pertimbangan para investor untuk menanamkan saham di suatu perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018:197) tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

Sementara itu, manfaat dari rasio profitabilitas adalah:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

Pengaplikasian rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan beberapa komponen yang ada dalam laporan keuangan, terutama dalam neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran rasio profitabilitas dapat digunakan dengan membandingkan beberapa periode operasi perusahaan, dengan tujuan agar dapat mengetahui perkembangan dan perubahan perusahaan, serta mencari faktor penyebab adanya perubahan tersebut. Semakin lengkap jenis rasio profitabilitas yang digunakan, maka semakin sempurna hasil yang dicapai, artinya posisi dan tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara menyeluruh.

2.1.4.3 Rasio Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan atau laba. Semakin tinggi laba yang dihasilkan suatu perusahaan, maka semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut. Laba perusahaan tidak hanya menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada investornya, tetapi juga merupakan unsur penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa depan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi maka mencerminkan adanya penerimaan yang tinggi.

Menurut Ross, et al., (2015:72), rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset dan mengelola kegiatan operasinya.

Rasio Profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan efek gabungan likuiditas, aset manajemen, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini juga digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Terdapat berbagai *profitability ratio* yang biasa digunakan antara lain: *Net Profit Margin*, *Return On Investment*, *Return On Equity* dan *Return On Assets*. (Eugene, F., Brigham., dan Houston, J. F. 2014:108).

Menurut Kasmir (2018:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Hery (2018:192) rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal.

2.1.4.4 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Pengukuran menggunakan rasio profitabilitas merupakan salah satu metode untuk menganalisis kinerja keuangan yang merujuk pada laba perusahaan dan resiko yang kemungkinan terjadi pada perusahaan.

R. Agus Sartono (2014:113) mengemukakan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas, yaitu :

1. “*Gross Profit Margin*”

Gross Profit Margin menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Gross Profit Margin merupakan ukuran efisiensi operasional perusahaan dan juga harga produk. Apabila harga penjualan produk meningkat, maka *gross profit margin* akan menurun, begiti juga sebaliknya. Semakin besar *gross profit margin*, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relatif rendah dibandingkan dengan penjualan.

2. *Operating Profit Margin*

Operating Profit Margin menggambarkan “*pure profit*” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi *operating profit margin*, maka semakin baik pula operasi suatu perusahaan. *Operating profit margin* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin adalah ukuran profitabilitas suatu perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya. Hal ini mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. *Net profit margin* sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban beban yang berkaitan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin*, maka semakin baik operasi perusahaan. *Net profit margin* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Return On Asset*

Return On Assets merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. *ROA* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return On Assets merupakan rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva. *Return on assets* menunjukkan hasil return yang diperoleh perusahaan atas total aktiva yang digunakan. Selain itu, return on assets memberikan ukuran yang lebih baik atas rasio profitabilitas karena menunjukkan efektivitas manajer dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Semakin baik pengelolaan asset suatu perusahaan maka akan menghasilkan laba yang baik.

5. *Return On Equity*

Return On Equity adalah rasio yang menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. *Return on equity* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{modal}} \times 100\%$$

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja jenis ratio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui Hery (2016:193).

Hanafi (2014:42) menjelaskan bahwa :

”Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Dan rasio ini mencerminkan dalam *return on asset (ROA)*, yang menunjukkan efisiensi manajemen aset”.

Dari beberapa metode pengukuran tersebut, dalam penelitian ini alat ukur profitabilitas yang digunakan oleh penulis adalah *Return On Assets (ROA)*, karena *ROA* menunjukkan hasil *return* yang diperoleh perusahaan atas total aktiva yang digunakan. Selain itu, *return on assets* memberikan ukuran yang lebih baik atas rasio profitabilitas karena menunjukkan efektivitas manajer dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Semakin tinggi nilai *ROA* yang mampu diraih oleh perusahaan maka performa keuangan perusahaan dikategorikan baik, semakin baik pengelolaan aset suatu perusahaan dan semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan.

Kaitan *ROA* terhadap *transfer pricing* yaitu, jika laba perusahaan meningkat, yang ditandai dengan semakin tingginya rasio *ROA*, maka perusahaan cenderung untuk menekan besaran beban pajak penghasilannya. Hal ini dilakukan dengan menerapkan *transfer pricing* yang rendah, sehingga margin yang timbul juga rendah, dan dapat menekan jumlah beban pajak yang harus dibayarkan (Roslita, 2020).

2.1.5 Transfer Pricing

2.1.5.1 Pengertian *Transfer Pricing*

Menurut Rahman & Cheisviyanny (2020) *transfer pricing* adalah:

“*Transfer pricing* adalah pertimbangan perusahaan dalam menentukan harga transfer atas penyerahan barang jasa, atau harta takberwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang memiliki hubungan istimewa, yang didasarkan atas prinsip harga pasar yang wajar”.

Definisi menurut Chairil (2019:196) bahwa:

“*Transfer pricing* merupakan harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang atau jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi didasarkan atas prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*)”.

Dari penjelasan mengenai *transfer pricing* diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer berupa barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh pihak - pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

2.1.5.2 Tujuan *Transfer Pricing*

Menurut Mangoting (2011) tujuan dari penetapan *transfer pricing* yaitu sebagai berikut:

“Secara umum, tujuan penetapan harga transfer adalah untuk mentransmisikan data keuangan di antara departemen - departemen atau divisi - divisi perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain”.

Beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh praktik *transfer pricing*, baik bagi perusahaan domestik maupun bagi perusahaan multinasional menurut Chairil (2019:202) antara lain sebagai berikut:

1. “Sebagai sarana untuk mencapai tujuan perusahaan dan tujuan perusahaan lainnya.
2. Mengamankan posisi kompetitif anak atau cabang perusahaan afiliasi dan penetrasi pasar, dalam usaha mencapai keunggulan kompetitif
3. Sebagai sarana mengendalikan *cash flow* anak atau cabang perusahaan Afiliasi.
4. Sebagai alat untuk mengendalikan risiko nilai tukar mata uang asing (pengendalian devisa), dalam usaha mengurangi risiko moneter
5. Memantau kinerja anak perusahaan asing dan sebagai cara untuk mencapai sinkronisasi tujuan antara manajer anak perusahaan dan perusahaan induk
6. Sistem penetapan harga transfer harus memenuhi tiga tujuan: evaluasi kinerja yang akurat (termasuk kinerja anak atau cabang perusahaan afiliasi mancanegara), kesesuaian tujuan, dan pelestarian otonomi divisi.
7. Untuk mentransmisikan data keuangan diantara departemen – departemen atau divisi - divisi perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain.
8. Untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan - keputusan yang sesuai dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.
9. Dalam lingkup perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak dan bea yang mereka keluarkan diseluruh dunia.
10. Sebagai cara untuk menghindari campur tangan pemerintah asing”.

2.1.5.3 Peraturan *Transfer Pricing*

Direktur Jenderal Pajak berwenang menentukan kembali besarnya penghasilan dan/atau biaya bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa. Penentuan kembali tersebut dilakukan sesuai prinsip kewajaran dan kelaziman. Yang dimaksud dengan “prinsip kewajaran dan kelaziman usaha” adalah prinsip di dalam praktik bisnis yang sehat sebagaimana berlaku di antara pihak-pihak yang tidak memiliki dan/atau dipengaruhi hubungan istimewa. Metode Penentuan Harga Transfer (metode *transfer pricing*) yang paling sesuai atau dikenal dengan istilah *The Most Appropriate Method*.

Sebagai informasi bahwa berdasarkan Undang-Undang Cipta Kerja No. 11 tahun 2020, tarif yang digunakan untuk Wajib Pajak Badan adalah 22% untuk tahun

pajak 2020 dan 2021, dan menjadi 20% mulai tahun pajak 2022. Tentu saja untuk wajib pajak yang memenuhi syarat, masih terdapat tarif khusus berdasarkan Pasal 31E Undang- Undang PPh.

Kemudian pengaturan terbaru dalam Undang-undang No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) terdapat penambahan 3 (tiga) metode *transfer pricing* dari sebelumnya 5 (lima) metode. Dengan demikian, terdapat 8 (delapan) metode *transfer pricing* yang dapat digunakan dalam penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Berikut ini 8 (delapan) metode *transfer pricing* yang dimaksud:

1. “Metode Perbandingan Harga Antara Pihak yang Tidak Mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*) adalah 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*) adalah metode *transfer pricing* yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi 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*) adalah metode *transfer pricing* yang dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha.
4. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method*) adalah metode *transfer pricing* berbasis Laba Transaksional (*Transactional Profit Method Based*) yang dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selanjutnya akan

terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa, dengan menggunakan Metode Kontribusi (*Contribution Profit Split Method*) atau Metode Sisa Pembagian Laba (*Residual Profit Split Method*).

5. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method*) adalah metode *transfer pricing* yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa atau persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa lainnya.
6. Metode Perbandingan Transaksi Independen (*Comparable Uncontrolled Transaction Method*).
7. Metode dalam Penilaian Harta Berwujud dan/atau Harta Tidak Berwujud (*Tangible Asset And Intangible Asset Valuation*).
8. Metode dalam Penilaian Bisnis (*Business Valuation*)”.

Atas penambahan 3 (tiga) metode *transfer pricing* yang baru sebagaimana poin 6, 7, dan 8 diatas, belum diatur secara spesifik mengenai definisi dan penerapannya dalam Pasal 18 ayat 3 UU HPP

2.1.5.4 Pengukuran *Transfer Pricing*

Dalam penelitian ini, pengukuran untuk variabel *transfer pricing* diprosikan dengan ada atau tidaknya penjualan terhadap pihak berelasi atau yang memiliki hubungan istimewa. Penjualan terhadap hubungan istimewa diindikasikan ada *transfer pricing*. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 Paragraf 37 point (c) yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan presentase 20% atau lebih.

Harga yang ditetapkan dalam penjualan terhadap pihak berelasi atau hubungan istimewa biasanya menggunakan harga yang tidak wajar bisa dengan menaikkan atau menurunkan harga. Adapun indikator yang penulis gunakan untuk

mengukur variabel ini adalah *Related Party Transaction* indikator menurut Chairil Anwar Pohan (2018:239), yaitu :

$$\text{Related Party Transaction} = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

Alasan penggunaan metode pengukuran tersebut karena *transfer pricing* sering dilakukan melalui transaksi penjualan kepada pihak berelasi atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan piutang pihak berelasi akan timbul karena adanya penjualan kredit kepada pihak berelasi (Ariputri, 2020).

2.1.5.5 Hubungan Istimewa

Hubungan istimewa terjadi antara induk perusahaan dengan anak perusahaannya atau dengan cabang - cabangnya atau perwakilannya, baik yang berada di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri (Suandy, 2011:70).

Berdasarkan Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), bahwa Hubungan Istimewa dianggap ada, apabila memenuhi salah satu atau lebih dari 3 (tiga) kriteria, yaitu:

1. “Wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada wajib pajak lain; hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir.
2. Wajib pajak yang menguasai wajib pajak lainnya atau dua atau lebih wajib pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung.
3. Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat. Hubungan keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat adalah ayah, ibu, dan anak. Sedangkan, hubungan keluarga sedarah dalam garis keturunan ke samping satu derajat adalah saudara”.

A. Pengungkapan Pihak – Pihak Berelasi

Pengungkapan pihak berelasi diatur dalam PSAK No.7 (revisi tahun 2015), pernyataan mensyaratkan pengungkapan hubungan, transaksi dan saldo pihak berelasi, termasuk komitmen dalam laporan keuangan. Kualitas pengungkapan merupakan hal yang penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan oleh pengguna laporan keuangan.

Tiara dan Maksudi (2020) menyatakan bahwa, untuk memastikan bahwa laporan keuangan entitas berisi pengungkapan yang diperlukan untuk dijadikan perhatian terhadap kemungkinan bahwa posisi keuangan dan laba rugi telah dipengaruhi oleh keberadaan pihak-pihak berelasi dan oleh transaksi dan saldo, termasuk komitmen, dengan pihak-pihak berelasi. Pengungkapan yang dilakukan meliputi:

1. “Hubungan antara entitas induk dengan entitas anak diungkapkan terlepas dari apakah telah terjadi transaksi antara mereka.
2. Entitas harus mengungkapkan sifat dari hubungan dengan pihak-pihak berelasi serta informasi mengenai transaksi dan saldo, termasuk komitmen, penyisihan piutang ragu-ragu dan beban atas piutang ragu-ragu atau penghapusan piutang.
3. Ketika terdapat transaksi, maka diungkapkan terpisah berdasarkan kategori: entitas induk, entitas dengan pengendalian bersama atau pengaruh signifikan, entitas anak, ventura bersama, personil manajemen kunci, pihak-pihak berelasi lainnya.
4. Kompensasi personil manajemen kunci diungkapkan secara total untuk setiap: imbalan jangka pendek, imbalan pascakerja, imbalan kerja jangka panjang lainnya, pesangon dan pembayaran berbasis saham.
5. Entitas tidak perlu mengungkapkan transaksi, komitmen dan saldo atas transaksi afiliasi dengan:
 - a. Pemerintah yang memiliki pengendalian, atau pengendalian bersama atau pengaruh signifikan atas entitas pelapor dan
 - b. Entitas lain yang merupakan pihak berelasi karena dikendalikan atau dikendalikan bersama, atau dipengaruhi secara signifikan oleh pemerintah yang sama atas entitas pelapor dan entitas lain tersebut
Entitas pelapor cukup mengungkapkan:

- Nama departemen atau instansi pemerintah dan sifat hubungannya dengan entitas pelapor.
- Informasi berisi sifat dan jumlah transaksi yang secara individual signifikan dan secara kolektif signifikan”.

B. Transaksi Pihak Berelasi

Menurut *International Financial Statement Standards* (IFRS) dalam PSAK 7 Ikatan Akuntan Indonesia (2015), definisi *related party transaction* adalah pihak atau entitas yang saling memiliki hubungan istimewa dengan entitas lainnya yang menyiapkan laporan keuangan (disebut juga sebagai pelapor). Dapat diartikan juga sebagai transaksi pengalihan sumber daya, jasa ataupun kewajiban antara masing-masing pihak yang mempunyai hubungan istimewa, terlepas apakah ada harga yang dibebankan atau tidak (Roselina dan Kanti, 2022).

Transaksi pihak berelasi biasanya dilakukan oleh perusahaan yang biasanya dilakukan oleh perusahaan yang dikendalikan dengan afiliasi perusahaan atau afiliasi anggota direksi, anggota dewan, dan pemegang saham utama perusahaan atau antara perusahaan yang dibawah kendali yang sama (Tambunan dkk, 2016) dalam (Supatmi dan Wukirasih, 2022)..

2.1.5.6 Piutang Pihak Berelasi

Menurut Rudianto (2012:210) dalam Lilianti dkk (2019), piutang adalah klaim perusahaan atas uang, barang, atau jasa kepada pihak lain akibat transaksi dimasa lalu. Hampir semua entitas memiliki piutang kepada pihak lain yang terkait dengan transaksi penjualan atau pendapatan, maupun yang berasal dari transaksi lainnya. Kategori piutang dipengaruhi jenis usaha entitas. Perusahaan dagang dan manufaktur jenis piutang yang muncul adalah piutang dagang dan piutang lainnya.

Menurut Rudianto (2012:211) dalam Lilianti dkk (2019), piutang dalam perusahaan terbagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. “Piutang usaha
Piutang yang timbul dari penjualan barang atau jasa yang dimiliki perusahaan. Dalam kegiatan normal perusahaan, piutang usaha biasanya dibebankan dalam tempo kurang dari satu tahun, sehingga piutang usaha dikelompokkan ke dalam kelompok aset lancar.
2. piutang bukan usaha
3. piutang bukan usaha yaitu piutang yang timbul bukan sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Yang termasuk dalam kelompok piutang bukan usaha adalah persekot dalam kontrak pembelian, klaim terhadap perusahaan angkutan atau barang yang rusak atau hilang, klaim terhadap perusahaan asuransi atas kerugian yang dipertanggungjawabkan, klaim terhadap karyawan perusahaan, klaim terhadap retitisi pajak, piutang deviden dan lain-lain”.

Martini dkk (2012:194) dalam Lilianti dkk (2019) menyatakan bahwa terdapat 3 jenis piutang sebagai berikut:

- a. “Piutang Dagang/Piutang Usaha
Piutang dagang adalah tagihan perusahaan kepada pelanggan sebagai akibat tagihan adanya penjualan barang atau jasa secara kredit, dimana tagihan tidak disertai dengan surat perjanjian yang formal, akan tetapi karena adanya unsur kepercayaan dan kebijakan perusahaan. Sedangkan piutang usaha ialah piutang pada perusahaan jasa dimana perusahaan memberikan jasa kepada konsumen yang akan dibayar dikemudian hari sebesar tarif jasa yang telah diberikan. Piutang dagang/piutang usaha dalam menyajikan diklasifikasikan sebagai piutang dari pihak berelasi dan piutang dari pihak ketiga. Kriteria pihak berelasi mengikuti PSAK 7 pengungkapan pihak-pihak berelasi. Piutang dagang dapat juga dibagi lagi menurut karakteristiknya sehingga ada beberapa sub komponen piutang dagang/usaha. Piutang dagang/usaha muncul dari transaksi pendapatan atau penjualan yang dilakukan secara kredit. Piutang dagang biasanya tidak ada bunga dan jangka waktu pelunasan singkat tergantung dengan kebijakan kredit yang diberikan.
- b. Piutang Non Dagang/ Piutang lainnya
Piutang non dagang adalah tagihan perusahaan kepada pihak lain atau pihak ketiga yang timbul atau terjadi bukan karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit. Jumlah piutang non dagang/lainnya biasanya tidak signifikan dibandingkan dengan jumlah

piutang dagang ataupun piutang usaha. Berikut ini contoh-contoh piutang non dagang:

1. Piutang Biaya, contohnya: asuransi dibayar dimuka, sewa dibayar dimuka, gaji dibayar dimuka, iklan dibayar dimuka.
2. Piutang Penghasilan, contohnya : piutang jasa, piutang sewa dan piutang bunga.
3. Uang Muka Pembelian (persekot), contohnya : pembayaran uang muka pembelian suatu barang yang sebelumnya sudah dipesan terlebih dahulu.
4. Piutang lain-lain, contohnya: piutang perusahaan kepada karyawan, kelebihan membayar pajak dan piutang perusahaan kepada cabang-cabang perusahaan.

c. Piutang Wesel

Piutang wesel adalah tagihan perusahaan kepada pihak ketiga atau pihak lain yang menggunakan perjanjian secara tertulis dengan wesel atau promes. Wesel merupakan janji tertulis yang tidak bersyarat, dibuat oleh pihak yang satu untuk pihak yang lain, ditandatangani oleh pihak pembuatnya, untuk membayar sejumlah uang atas permintaan atau pada suatu tanggal yang ditetapkan pada masa yang akan datang kepada pihak yang memerintah atau membawanya. Penerbit wesel disebut wesel bayar (*notes payable*), sedangkan penerima wesel disebut wesel tagih (*notes receivable*). Wesel tagih biasanya memiliki bunga, walaupun ada beberapa wesel tagih yang tidak berbunga. Wesel tagih yang tidak berbunga biasanya dijual dengan diskon dan pihak penerbit akan menerima uang yang lebih kecil dari jumlah yang akan dibayarkan dimasa depan. Diskon merupakan bentuk bunga yang diterima dimuka. Wesel tagih dapat dijual oleh pemegang sebelum jatuh tempo”.

Menurut Liembono dkk (2013:123), komponen pada aset lancar adalah piutang pihak berelasi, akun ini merupakan piutang yang timbul sebagai akibat dari transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, selain untuk akun yang telah ditentukan penyajiannya pada kas dan setara kas, investasi jangka pendek dan piutang usaha. Piutang hubungan istimewa disajikan sebesar jumlah yang dapat direalisasi.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Pemegang saham pengendali menurut PSAK No. 15 (2015) adalah entitas yang memiliki saham sebesar 25% atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan (Elwiska, Zirman & Rusli, 2022) *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* secara parsial. Perusahaan multinasional sebagai sebuah perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak berelasi akan memiliki kemudahan dalam melakukan *tunneling incentive*. Kemudahan tersebut terjadi akibat adanya kemungkinan untuk memindahkan aset atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga laba perusahaan menjadi tampak lebih rendah. Kondisi itu berguna sebagai sebuah upaya untuk memanipulasi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Kemudahan perusahaan multinasional untuk melakukan *tunneling incentive* akan mendorong *majority shareholders* untuk memaksakan keinginan mereka kepada manajer perusahaan untuk melakukan sebuah tindakan oportunistik berupa *transfer pricing*. Adanya kemudahan dalam melakukan tindakan *tunneling incentive* akan mendorong manajer perusahaan untuk melakukan pemindahan aset dan laba perusahaan mereka melalui *transfer pricing*.

Menurut (Michelle & Melvie, 2022) menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. *Tunneling incentive* ini dapat terjadi antara pemilik saham mayoritas dengan pemilik saham

minoritas. Konflik yang terjadi diantara keduanya akan mempermudah perusahaan dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* .

Tunneling incentive dilakukan dengan cara mentrasfer laba perusahaan, sehingga laba yang diperoleh perusahaan lebih kecil karena laba telah dialihkan ke perusahaan afiliasi. Adapun transaksi yang dilakukan yaitu dapat berupa penjualan maupun pembelian dengan perusahaan afiliasi dengan menerapkan *transfer pricing*. Transaksi tersebut dilakukan dengan mentransfer kas atau aset lancar perusahaan dengan menggunakan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan mendapat kekuasaan dan insentif dalam perusahaan tersebut.

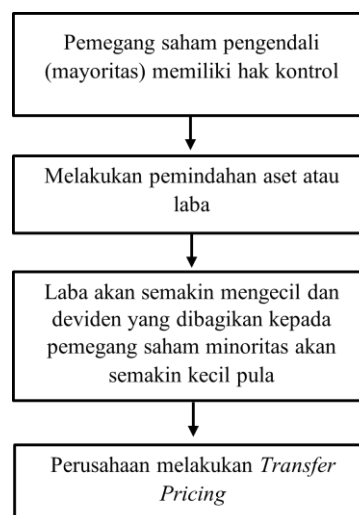
Menurut (Fitri Anisyah, 2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada *transfer pricing*. Dengan pengendalian dan pengaruh signifikan yang dimiliki, pemegang saham pengendali dapat mengambil kebijakan yang menguntungkan dirinya, termasuk kebijakan kontraktual dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Ketersediaan sumber daya juga akan menjadi dorongan bagi pemegang saham pengendali untuk men-*tunnel* sumber daya tersebut keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali.

Secara sederhana dapat dijelaskan apabila pemilik saham mempunyai kepemilikan saham yang besar, maka otomatis mereka menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu, ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan

cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri daripada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Dengan demikian semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

Transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistik oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Adapun transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut (Mispiyanti, 2015, hal. 67).

Berdasarkan pemahaman saya mengenai uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Kerangka Pola Pikir *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*, terdapat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1

Pola pikir *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*

Tujuan perusahaan untuk menjalankan usahanya yaitu untuk mendapatkan laba yang besar. Mahmud M. Hanafi (2010:32) mengatakan bahwa laba 61 merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan yang diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya.

Rasio profitabilitas ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya, dimana efektivitas tersebut dapat dilihat melalui laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan dapat dilihat melalui selisih antara pendapatan yang diterima perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Melalui hal tersebut dapat terlihat seberapa berhasilkah suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Septiana, 2019:108).

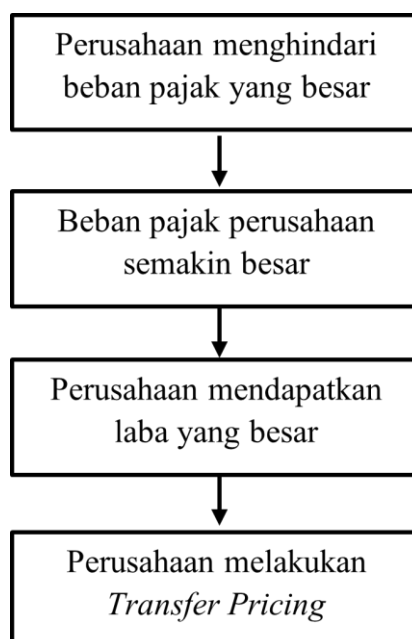
Didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Michelle & Melvie, 2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham, maka investor akan memilih perusahaan untuk menanamkan sahamnya. Karena rasio profitabilitas ini yang biasanya dijadikan bahan pertimbangan para investor untuk menanam saham di suatu perusahaan.

Profitabilitas digunakan oleh investor sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan investasi yang dilakukan. Dengan profitabilitas yang semakin baik, kemungkinan investor akan mempertahankan investasinya. Hal ini dikarenakan profitabilitas menggambarkan kondisi suatu perusahaan dalam

menghasilkan laba. Semakin tinggi laba yang di dapatkan, maka kelangsungan hidup perusahaan semakin terjamin. Oleh karena itu perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitas.

Penelitian tentang profitabilitas yang dilakukan oleh Cahyadi & Naniek (2018) dan Rahayu, Masitoh, Wijayanti (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

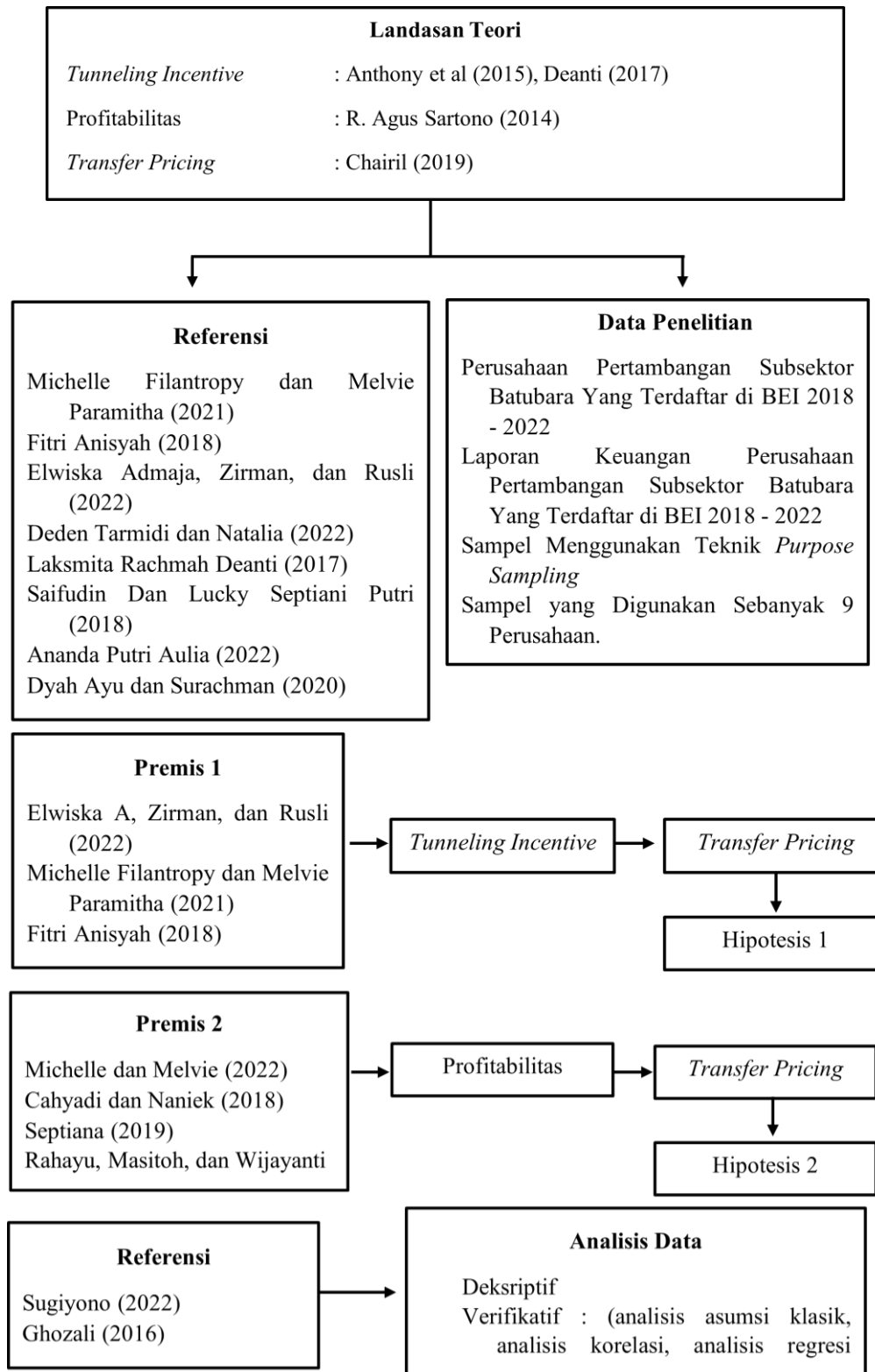
Berdasarkan pemahaman penulis mengenai uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kerangka Pola Pikir Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*, dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2.2

Pola pikir Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan pemaparan diatas maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

2.2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
1.	Elwiska Admaja, Zirman, Rusli (2022)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Pengaruh Pajak Dan <i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> , Sedangkan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .
2.	Deden Tarmidi, Natalia Desy Novitasari (2022)	<i>Transfer Pricing</i> : Dampak Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan Profitabilitas	Pengaruh Beban Pajak Dan <i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Sedangkan Profitabilitas Tidak Berpengaruh.
3.	Ananda Putri Aulia (2022)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , Profitabilitas Dan <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	<i>Exchange Rate</i> Tidak Berpengaruh, Profitabilitas Berpengaruh, <i>Leverage</i> Tidak Berpengaruh.
4.	M. Fikri Ramadhan, Rindi Citra, Asma Liza (2022)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Exchange Rate</i> , Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Exchange Rate</i> , , Dan Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
5.	Fitri Anisyah (2018)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Intangible Assets</i> , Profitabilitas, <i>Tunneling Incentive</i> , Dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Beban Pajak, Profitabilitas, <i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sementara Itu, <i>Intangible Assets</i> Dan Mekanisme Bonus Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
6.	Michelle Filantropy Dan Melvie Paramitha(2021)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, Dan Profitabilitas Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .	<i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Profitabilitas Berpengaruh Negatif Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Sedangkan Pajak Dan Mekanisme Bomus Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
7.	Fredy Andreas (2021)	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak Berpengaruh Negatif Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Profitabilitas Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Dan <i>Tunneling Incentive</i> Tidak Berpegaruh.
8.	Laksmita Rachmah Deanti (2017)	Pengaruh Pajak, <i>Intangible Assets</i> , <i>Leverage</i> , Profitabilitas , Dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Pajak Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan <i>Intangible Assets</i> , Dan <i>Tunneling Incentive</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> . Sementara Itu <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Memiliki Pengaruh Negatif Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .
9.	Cahyadi, A. S., & N. N. (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Pada Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Pajak, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Berpengaruh Positif Pada Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan, <i>Exchange Rate</i> Tidak Berpengaruh Pada Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .
10.	Rahayu, Masitoh, Wijayanti (2020)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , Profitabilitas Dan <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Beban Pajak Dan Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Variabel <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , Dan <i>Leverage</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
11.	Asih Tri Utami & Anton Arisman (2018)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	Beban Pajak Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan <i>Tunneling Incentive</i> Dan Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:99) menyatakan bahwa definisi hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dari penelitian ini:

Hipotesis 1 : *Tunneling Incentive* Berpengaruh Positif Terhadap *Transfer*

Pricing.

Hipotesis 2 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap *Transfer Pricing*.