

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Pada bab ini peneliti memaparkan beberapa teori dan konsep dari para ahli dan para peneliti sebelumnya tentang teori - teori yang berkaitan dengan variabel – variabel dalam penelitian ini.

##### **2.1.1 Akuntansi**

###### **2.1.1.1 Definisi Akuntansi**

Menurut Warren, Reeve, & Duchac (2017:3), akuntansi adalah: “Sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan.”

Menurut Hanafi dan Halim (2019:27), akuntansi adalah: “Proses pengidentifikasian, pengukuran pencatatan, dan pengkomunikasian informasi ekonomi yang bisa dipakai untuk penilaian (*judgment*) dan pengambilan keputusan oleh pemakai informasi tersebut”.

Menurut Irmah Halimah, dan Nurfaradila (2019:3) bahwa: “Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa akuntansi didefinisikan sebagai bisnis yang menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat bagi pihak *shareholder* maupun *stakeholder*”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi merupakan suatu sistem yang merubah data dengan proses mengidentifikasi, mengukur, mencatat dan menyampaikan informasi ekonomi dalam bentuk informasi keuangan. Informasi tersebut diperuntukkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai dasar pengambilan keputusan.

#### **2.1.1.2 Bidang-bidang Akuntansi**

Menurut Rudyanto (2020:3), bidang-bidang akuntansi adalah sebagai berikut;

1. “Akuntansi Manajemen yaitu bidang akuntansi yang berfungsi menyediakan data dan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen menyangkut operasi harian dan perencanaan operasi di masa depan.
2. Akuntansi Biaya yaitu bidang akuntansi yang fungsi utamanya adalah sebagai aktivitas dan proses pengendalian biaya selama proses produksi yang dilakukan perusahaan. Kegiatan utama bidang ini adalah menyediakan data biaya aktual dan biaya yang direncanakan oleh perusahaan.
3. Akuntansi keuangan, yaitu bidang akuntansi yang bertugas menjalankan keseluruhan proses akuntansi sehingga dapat

menghasilkan informasi keuangan baik bagi pihak eksternal, seperti laporan laba rugi, laporan perubahan laba ditahan, laporan posisi keuangan, dan laporan arus kas. Secara umum, bidang akuntansi keuangan berfungsi mencatat dan melaporkan keseluruhan transaksi serta keadaan keuangan suatu badan usaha bagi kepentingan pihak-pihak diluar perusahaan.

4. Auditing yaitu bidang akuntansi yang fungsi utamanya adalah melakukan pemeriksaan (audit) atas laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan. Jika pemeriksaan dilakukan oleh staf perusahaan itu sendiri, maka disebut sebagai internal auditor. Hasil pemeriksaan tersebut digunakan untuk kepentingan internal perusahaan itu sendiri, maka disebut sebagai auditor independen atau akuntan publik.
5. Akuntansi Pajak, yaitu bidang akuntansi yang fungsi utamanya adalah mempersiapkan data tentang segala sesuatu yang terkait dengan kewajiban dan hak perpajakan atas setiap transaksi yang dilakukan oleh perusahaan. Lingkup kerja bidang ini mencakup aktivitas penghitungan pajak yang harus dibayar dari setiap transaksi yang dilakukan perusahaan, hingga penghitungan pengembalian pajak (restitusi pajak) yang menjadi hak perusahaan tersebut.
6. Sistem Akuntansi, yaitu bidang akuntansi yang berfokus pada aktivitas mendesain dan mengimplementasikan prosedur serta pengamanan data keuangan perusahaan. Tujuan utama dari setiap aktivitas bidang ini adalah mengamankan harta yang dimiliki perusahaan.
7. Akuntansi Anggaran, yaitu bidang akuntansi yang berfokus pada pembuatan rencana kerja perusahaan di masa depan, dengan menggunakan data aktual masa lalu. Di samping menyusun rencana kerja, bidang ini juga bertugas mengendalikan rencana kerja tersebut, yaitu seluruh upaya untuk menjamin aktivitas operasi harian perusahaan sesuai dengan rencana yang telah dibuat.
8. Akuntansi Internasional, yaitu bidang akuntansi yang berfokus pada persoalan-persoalan akuntansi yang terkait dengan transaksi

internasional (transaksi yang melintasi batas negara) yang dilakukan oleh perusahaan multinasional. Hal-hal yang tercakup dalam bidang ini adalah seluruh upaya untuk memahami hukum dan aturan perpajakan setiap negara dimana perusahaan multinasional beroperasi.

9. Akuntansi Sektor Publik, yaitu bidang akuntansi yang berfokus pada pencatatan dan pelaporan transaksi organisasi pemerintahan dan organisasi nirlaba lainnya. Hal ini diperlukan karena organisasi nirlaba adalah organisasi yang didirikan dengan tujuan bukan menghasilkan laba usaha, sebagaimana perusahaan komersial lainnya. Contohnya mencakup pemerintah rumah sakit, yayasan sosial, panti jompo, dan sebagainya.”

Bidang-bidang akuntansi dibagi menjadi sembilan macam, dalam penelitian ini bidang akuntansi yang digunakan yaitu Akuntansi Pajak.

### **2.1.1.3 Definisi akuntansi perpajakan**

Menurut Waluyo (2020:35), akuntansi perpajakan sebagai berikut:

“Dalam menetapkan besarnya pajak terhutang tetap mendasarkan 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 dengan undang-undang.”

Menurut Maulamin & Sartono (2021:8), akuntansi perpajakan sebagai berikut:

“Akuntansi pajak merupakan sekumpulan prinsip, standar, perlakuan akuntansi lengkap yang digunakan oleh wajib pajak sebagai landasan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan adanya akuntansi pajak, wajib pajak dapat dengan mudah menyusun Surat Pemberitahuan Pajak (SPT)”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa akuntansi perpajakan adalah 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 undang-undang perpajakan yang berkaitan dengan akuntansi dan pembentukannya terpengaruh oleh fungsi perpajakan dalam mengimplementasikan sebagai kebijakan pemerintah.

## **2.1.2 Laporan keuangan**

### **2.1.2.1 Definisi Laporan Keuangan**

Menurut Irma Halimah, dan Nurfaradila (2019:78) Laporan keuangan adalah:

“laporan yang berisi tentang informasi keuangan suatu perusahaan sekaligus menggambarkan kinerja perusahaan tersebut dalam periode tertentu.”

Menurut Kasmir (2021:7) laporan keuangan adalah:

“laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu”.

Menurut Hanggara (2019:29) laporan keuangan adalah:

“laporan keuangan yang dirancang untuk para pembuat keputusan mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan.”

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang berisi tentang informasi keuangan suatu

perusahaan selama periode tertentu yang dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan tersebut.

### **2.1.2.2 Tujuan Laporan Keuangan**

Tujuan laporan keuangan menurut SAK No 1 dalam Irma Halimah, & Nurfaradila (2019:79):

“Tujuan Laporan Keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan.”

Menurut Hanafi dan Halim (2019:31), tujuan laporan keuangan adalah

“Memberi informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditor, dan pemakai lainnya, sekarang atau masa yang akan datang (potensial) untuk membuat keputusan investasi, pemberian kredit, dan keputusan lainnya yang serupa yang rasional”.

### **2.1.2.3 Karakteristik Laporan Keuangan**

Menurut Hanggara (2019:29) karakteristik laporan keuangan yaitu:

1. “Dapat dipahami

Kualitas informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah mudah untuk dipahami oleh para pemakai.

2. Relevan

Agar berguna, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai atau pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas yang relevan jika dapat menjadi dasar

membuat keputusan ekonomi dengan membantu mereka (pengguna) mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang dan juga menegaskan atau mengevaluasi hasil evaluasi dimasa lalu.

### 3. Andal

Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material dan dapat diandalkan pemakaiannya sebagai penyajian yang tulus serta jujur atas data yang seharusnya disajikan atau secara wajar diharapkan dapat disajikan.

### 4. Dapat dibandingkan

Laporan keuangan harus dapat dibandingkan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan dan kinerja keuangan. Laporan keuangan juga harus dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja serta pertumbuhan posisi keuangan secara relatif’.

#### **2.1.2.4 Jenis-Jenis Laporan Keuangan**

Jenis-jenis laporan keuangan menurut Hanggara (2019:30) adalah sebagai berikut:

1. “Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)
2. Laporan Perubahan Ekuitas (*Capital Statement*)
3. Laporan Neraca (*Balance Sheet*)
4. Laporan Arus Kas (*Statement of Cash Flow*)
5. Catatan Atas Laporan Keuangan (*Notes of Financial Statement*)”.

### **2.1.3 Ruang lingkup Pajak**

#### **2.1.3.1 Definisi Pajak**

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah:

“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”.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., dalam Siti Resmi (2019:1), “pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Menurut S.I. Djajadiningrat dalam Siti Resmi (2019:1) “pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pengertian pajak adalah iuran wajib yang diberikan oleh rakyat kepada kas negara



berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan jasa timbal balik yang digunakan untuk keperluan negara dalam membantu pembangunan dan fasilitas untuk kemakmuran rakyat.

### 2.1.3.2 Fungsi Pajak

Menurut Siti Resmi (2019:3) terdapat dua fungsi pajak, yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (pengatur):

#### 1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun Pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi dan intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan sebagainya.

#### 2. Fungsi *Regulerend* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan.

Berikut ini beberapa contoh penerapan pajak sebagai fungsi pengatur:

- a. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) dikenakan pada saat terjadi transaksi jual beli barang tergolong mewah. Semakin mewah suatu barang, tarif pajaknya semakin tinggi sehingga barang tersebut harganya semakin mahal. Pengenaan pajak ini

- dimaksudkan agar rakyat tidak berlomba-lomba untuk mengkonsumsi barang mewah (mengurangi gaya hidup mewah).
- b. Tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan, dimaksudkan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi memberikan kontribusi (membayar pajak) yang tinggi pula sehingga terjadi pemerataan pendapatan.
  - c. Tarif pajak ekspor sebesar 0%, dimaksudkan agar para pengusaha terdorong mengekspor hasil produksinya di pasar dunia sehingga memperbesar devisa negara.
  - d. Pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu, seperti industri semen, industri kertas, industri baja, dan lainnya. Dimaksudkan agar dapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena dapat mengganggu lingkungan atau polusi (membahayakan kesehatan).
  - e. Pengenaan pajak 1% bersifat final untuk kegiatan usaha dan batasan peredaran usaha tertentu, dimaksudkan untuk penyederhanaan perhitungan pajak.
  - f. Pemberlakuan *tax holiday*, dimaksudkan untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia”.

### 2.1.3.3 Jenis-Jenis Pajak

Menurut Siti Resmi (2019:7) terdapat berbagai jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu pengelompokkan menurut golongan, menurut sifat dan menurut Lembaga pemungutannya.

1. “Menurut Golongannya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
  - a. Pajak Langsung, yaitu pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak harus menjadi

beban wajib pajak yang bersangkutan, contoh: Pajak Penghasilan (PPH).

- b. Pajak Tidak Langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika terdapat suatu kegiatan, peristiwa, atau perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak, misalnya terjadi penyerahan barang atau jasa. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2. Menurut Sifat, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan subjeknya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH).
- b. Pajak Objektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan objeknya, baik berupa benda, keadaan perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) dan tempat tinggal. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak atas Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

3. Menurut Lembaga Pemungut, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Pajak Negara (Pajak Pusat), yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dan Bea Materai (PPnBM).
- b. Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun pajak daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota), dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing. Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan, Pajak Air Permukaan, Pajak Rokok, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak

Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, serta Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan”.

#### **2.1.3.4 Sistem Pemungutan Pajak**

Menurut Siti Resmi (19:10) di Indonesia sendiri sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga, yaitu:

##### *1. “Official Assessment System*

Sistem pemungutan yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan undang-undang perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan (peranan dominan ada pada aparatur perpajakan).

##### *2. Self Assessment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan wajib pajak. Wajib pajak dianggap mampu menghitung pajak, memahami undang-undang perpajakan yang sedang berlaku, mempunyai kejujuran yang tinggi, dan menyadari akan arti pentingnya membayar pajak. Oleh karena itu, wajib pajak diberi kepercayaan untuk:

- a. Menghitung sendiri pajak terutang;
- b. Memperhitungkan sendiri pajak yang terutang;
- c. Membayar sendiri pajak yang terutang;
- d. Melaporkan sendiri pajak yang terutang; dan
- e. Mempertanggungjawabkan pajak yang terutang.

Jadi, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak sebagian besar tergantung pada wajib pajak sendiri (peranan dominan ada pada wajib pajak).

### *3. Withholding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukan pihak ketiga ini dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya untuk memotongserta memungut pajak, menyetor, dan mempertanggungjawabkan melalui sarana perpajakan yang tersedia. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk. Peranan dominan ada pada pihak ketiga.

#### **2.1.3.5 Tarif Pajak**

Menurut Siti Resmi (2019:13) ada 4 macam tarif pajak yaitu:

1. “Tarif Tetap

Tarif berupa jumlah atau angka tetap, berapapun besarnya dasar pengenaan pajak. Contoh: besarnya tarif Bea Materai. Pembayaran dengan menggunakan cek dan bilyet giro untuk berapapun jumlah dikenakan pajak sebesar Rp 6.000,00. Bea Materai juga dikenakan atas dokumen-dokumen atau surat perjanjian tertentu yang ditetapkan dalam peraturan tentang Bea Materai.

## 2. Tarif *Proporsional* (Sebanding)

Tarif berupa presentase tertentu yang sifatnya tetap terhadap berapapun dasar pengenaan pajaknya. Makin besar dasar pengenaan pajak, semakin besar pula jumlah pajak yang terutang dengan kenaikan secara proporsional atau sebanding. Contoh: PPN (tarif 10%), PPh pasal 26 (tarif 20%), PPh Pasal 23 (tarif 15% dan 2% untuk jasa lainnya), PPh WP Badan dana Negri dan BUT (tarif pasal 17 ayat (1) b atau 285 untuk tahun 2009 serta 25% untuk tahun 2010 dan seterusnya) dan sebagainya.

## 3. Tarif *Progresif* (Meningkat)

Tarif berupa presentase tertentu yang makin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak dan kenaikan presentase tersebut adalah tetap. Contoh: Pasal 17 undang-undang Pajak Penghasilan untuk wajib pajak orang pribadi dalam negri.

## 4. Tarif *Degresif* (Menurun)

Tarif berupa presentase tertentu yang semakin menurun dengan demikian meningkatnya dasar pengenaan pajak.”

### 2.1.4 Profitabilitas

#### 2.1.4.1 Definisi Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2014:81), profitabilitas adalah:

“Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu profit margin, *Retrun on Aset (ROA)* dan *Return on Equity*”.

Menurut R. Agus Sartono (2014:122), profitabilitas adalah:

“Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini”.

Menurut Kasmir (2021:198), “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”.

Dari definisi mengenai pengertian profitabilitas di atas yang dapat penulis simpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi selama periode tertentu.

#### **2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas**

Menurut kasmir (2021:199), tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, yaitu:

1. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu 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;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri
7. dan tujuan lainnya”.

Sementara itu manfaat yang diperoleh dari penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan manfaat dari rasio profitabilitas adalah untuk:

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
6. Manfaat lainnya”.

#### **2.1.4.3 Jenis-Jenis Profitabilitas**

Menurut R. Agus Sartono (2014:123-124), jenis-jenis rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. “Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)



Merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari total aset yang dipergunakan. Dengan kata lain rasio ini dapat diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dan total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pembelian atas aset:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

## 2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa jumlah laba bersih setelah pajak yang akan dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

## 3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Semakin tinggi *gross profit margin* berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya semakin rendah *gross profit margin* berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya harga jual dan atau tingginya harga pokok penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor.

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

#### 4. Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih. Semakin tinggi *operating profit margin* berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya semakin *rendah operating profit margin* berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba kotor/dan atau tingginya beban operasional. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba operasional:

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

#### 5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Merupakan 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 mengidentifikasikan seberapa baik perusahaan dalam menggunakan biaya operasional karena menghubungkan laba bersih dengan penjualan bersih. Semakin tinggi *net profit margin*, maka semakin baik operasi perusahaan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

#### 2.1.4.4 Pengukuran Profitabilitas

Ada berbagai macam jenis pengukuran profitabilitas, namun Sebagian besar banyak menggunakan metode pengukuran *Return on Asset (ROA)*, karena yang berkaitan langsung dengan kepentingan analisis kinerja keuangan perusahaan salah satunya adalah *Return on Assets (ROA)*. *Return on Assets* ini rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari total aset yang dipergunakan. Semakin tinggi nilai rasio 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. Dengan kata lain, rasio ini dapat diprosikan dengan *Return on Assets (ROA)* dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dan total aset R. Agus Sartono (2014:123), yakni sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

#### 2.1.5 Debt Covenant

##### 2.1.5.1 Pengertian *Debt Covenant*

Menurut (Cochran, 2001 dalam Hartika & Rahman, 2020) “*debt covenant* adalah kontrak yang ditunjukkan pada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman”.

Menurut (Fernanda et al., 2023), “*debt covenant* merupakan sesuatu yang dilakukan perusahaan dengan memutuskan strategi yang akan meningkatkan pendapatan”.

Menurut Harahap (2012:126), “*Debt covenant* atau kontrak hutang adalah perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti membagi dividen yang berlebih atau membiarkan ekuitas di bawah tingkat yang ditentukan”.

Menurut (Budiandru, 2019:235), *debt covenant* yaitu:

“Kontrak hutang yang ditunjukkan pada peminjaman oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman.

Dari penjelasan mengenai *debt covenant* di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *debt covenant* adalah kontrak hutang atau perjanjian yang bertujuan untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur.

#### **2.1.5.2 Pengukuran *Debt Covenant***

Menurut (Sunarto,2002 dalam Rosa et al.,2017). *Debt Covenant* diprosikan dengan rasio *leverage*. *Leverage* merupakan perbandingan total utang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tidak tertagihnya suatu utang. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan *debt covenant* perusahaan adalah DER (*debt to equity ratio*). Menurut (Deanti, 2017 dalam Nadiyah Adilah et al., 2022) , *Debt to Equity* rasio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini menggambarkan

perbandingan hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

Bagi bank (kreditur) semakin besar rasio DER akan semakin tidak menguntungkan karena semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan (Kasmir, 2021:157).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

Alasan penggunaan rasio ini karena sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar utang perusahaan jika dibandingkan dengan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Semakin tinggi angka DER, diasumsikan perusahaan memiliki risiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya (Ginting, 2018).

## **2.1.6 Mekanisme Bonus**

### **2.1.6.1 Definisi Mekanisme Bonus**

Menurut Manullang (2008:4), mekanisme bonus adalah:

“Uang yang diberikan sebagai balas jasa yang diberikan di masa mendatang dan diberikan kepada karyawan yang berhak menerimanya atau berprestasi”.

Menurut Hansen dan Mowen (2005), mekanisme bonus adalah: “Imbalan yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer karena telah memenuhi sasaran kinerja perusahaan, seorang manajer

mungkin memperoleh minus berdasarkan laba bersih, atau menurut target kenaikan laba bersih”.

Menurut (Saraswati & Sujana, 2017), mekanisme bonus adalah:

“Metode pemberian kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi bersangkutan”.

Menurut (Hartati et al., 2015), mekanisme bonus adalah:

“Salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen berupa pemberian kompensasi di luar gaji dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

### **2.1.6.2 Tujuan Mekanisme Bonus**

Menurut Malayu Hasibuan (2016:121) tujuan pemberian bonus (kompensasi) antara lain:

1. “Ikatan Kerja Sama dengan pemberian kompensasi terjalinlah ikatan Kerjasama formal antara majikan dengan karyawan. Karyawan harus mengerjakan tugasnya dengan baik, sedangkan pengusaha/majikan harus membayar kompensasi
2. Kepuasan kerja, karyawan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dengan pemberian kompensasi.
3. Pengadaan efektif, jika program kompensasi ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang *qualified* untuk perusahaan akan lebih mudah.

4. Motivasi, Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan lebih mudah memotivasi bawahannya.
5. Stabilitas karyawan
6. Dengan program kompensasi atas prinsip adil dan layak serta eksternal konsistennya yang kompetitif maka stabilitas karyawan lebih terjamin karena turnover yang relatif kecil.
7. Disiplin, dengan pemberian balas jasa yang cukup besar maka disiplin karyawan semakin baik.

Sedangkan menurut Marwansyah dan Mukaran (2001:127) tujuan mekanisme bonus adalah sebagai berikut:

1. “Mendapatkan karyawan yang *qualified* kompensasi harus cukup tinggi untuk menarik para pelamar. Tingkat pembayaran harus merespon permintaan dan penawaran tenaga kerja dalam pasar tenaga kerja, karena banyak pengusaha/majikan yang bersaing untuk mendapatkan pekerjaan yang berkualitas.
2. Mempertahankan karyawan yang sudah ada para pekerja mungkin akan berhenti jika tingkat balas jasa tidak kompetitif, yang akan menimbulkan perputaran tenaga kerja yang lebih tinggi.
3. Menjamin terciptanya keadilan (*equity*), manajemen kompensasi berupaya menciptakan keadilan internal dan eksternal. Keadilan internal berarti bahwa imbalan yang terkait dengan nilai relative suatu jabatan, sehingga jabatan yang sama mendapatkan imbalan yang sama. Keadilan internal berarti membayar pekerja sebanding dengan apa yang diterima oleh pekerja yang setingkat dari perusahaan lain dalam pasar tenaga kerja.
4. Memberi penghargaan atas perilaku yang diharapkan program kompensasi membantu organisasi dalam mendapatkan dan mempertahankan pekerja dengan tingkat biaya yang wajar. Tanpa manajemen kompensasi yang baik, para pekerja mungkin dibayar terlalu tinggi atau terlalu rendah.
5. Mengikuti peraturan atau hukum yang berlaku sistem upah yang baik perlu mempertimbangkan dan memenuhi aturan-aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah”.

### 2.1.6.3 Jenis-Jenis Mekanisme Bonus

Menurut Manulang (2008:4), mekanisme bonus dapat digolongkan menjadi tiga bagian yaitu:

#### 1. “Intensif Material

Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi kerjanya, berbentuk uang atau barang. Insentif material ini bernilai ekonomis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan beberapa macam insentif yang diberikan kepada karyawan meliputi:

- a. Bonus, merupakan uang yang dibayarkan sebagai balas jasa atas hasil pekerjaan yang dilaksanakan. Diberikan selektif dan khusus kepada pekerja yang berhak menerima, serta diberikan berkala, sekali terima tanpa adanya suatu ikatan pada masa yang akan datang.
- b. Kompensasi yang ditangguhkan (*deffered compensation*) dana pensiun memiliki nilai insentif karena memenuhi kebutuhan pokok seseorang yaitu menyediakan jaminan ekonomi setelah ia tidak bekerja lagi.

#### 2. Insentif Non Material

Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan yang berbentuk penghargaan, pengukuhan berdasarkan prestasi kerjanya. Beberapa macam insentif non material meliputi:

- a. Pemberian gelar secara resmi
- b. Pemberian tanda jasa atau mendali
- c. Pemberian piagam penghargaan
- d. Pemberian hak untuk memakai sesuatu atribut jabatan
- e. Pemberian perlengkapan khusus pada ruangan kerja. Ucapan terima kasih secara formal maupun informal.

#### 3. Sosial Insentif

Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi kerjanya berupa fasilitas dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya seperti promosi, mengikuti pendidikan, naik haji dan lain-lain”.

### 2.1.6.4 Pengukuran Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus dalam penelitian ini di proksikan menggunakan

*Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDBL)*, menurut (Hartati et al., 2015)

sebagai berikut:



$$ITRENDBL = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1} \times 100\%$$

Keterangan:

- ITRENDBL = Indeks Trend Laba Bersih
- Laba Bersih Tahun t = Laba Bersih Tahun Berjalan
- Laba Bersih Tahun t-1 = Laba Bersih Tahun Sebelumnya

Jika laba bersih naik dari tahun ketahun akan membuat perusahaan semakin meningkat dan pemilik perusahaan mengapresiasi atas usaha yang dilakukan direksi. Laba bersih yang mengalami kenaikan menjadi tanda bahwa kebijakan yang diambil oleh direksi sudah tepat untuk perusahaan tersebut. Pemilik perusahaan juga akan melihat hasil akhir yaitu apakah laba bersih akan meningkat atau menurun. Jika hasilnya baik direksi akan diberikan haknya yaitu mendapatkan bonus sesuai dengan kerja kerasnya (Patriandari & Cahya, 2021). W Akhmad (2018) rasio laba bersih untuk ukuran pertumbuhan laba bersih tidak ada ukuran pasti mengenai besarnya, namun dapat diambil kesimpulan dari teori-teori yang ada jika penjualan tahun ini lebih tinggi dari tahun sebelumnya maka dapat dikatakan terjadi pertumbuhan oleh karena itu dapat diasumsikan standar rata-rata pertumbuhan laba bersih harus  $> 100\%$ .

## 2.1.7 Keputusan *Transfer Pricing*

### 2.1.7.1 Definisi *Transfer Pricing*

Menurut Refgia et al., (2017) *transfer pricing* adalah;

“suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, hak tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan.”

Menurut Pohan (2018:196), “*transfer pricing* merupakan harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari suatu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi yang didasarkan atas nilai prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*). Ada dua pembagian kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intracompany* dan *intercompany transfer pricing*. *Intercompany transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam suatu perusahaan. Dan *intercompany transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan Istimewa”.

Menurut Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-34/PJ/2010 yang diubah terakhir dengan PER-32/PJ/2011, mendefinisikan penerap harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud, atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi).

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer berupa barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial antara perusahaan satu ke perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa.

#### **2.1.7.2 Tujuan *Transfer Pricing***

Tujuan penerapan 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 (Henry Simamora, 199:273 Mangoting, 2000). Selain tujuan tersebut, *transfer pricing* terkadang digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjualan dan divisi pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan (Mangoting, 2000)

Beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh praktek *transfer pricing*, baik bagi perusahaan domestik maupun bagi perusahaan multinasional menurut Pohan (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 (pengendali 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 mereka diseluruh dunia.
10. Sebagai cara untuk menghindari campur tangan pemerintah asing.”

### 2.1.7.3 Peraturan *Transfer Pricing*

Menurut Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam transaksi antara Wajib Pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, terdapat beberapa jenis metode penentuan harga transfer (*transfer pricing*) yang dapat dilakukan, yaitu:

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

Metode perbandingan harga antara pihak independen (*comparalable uncontrolled price*) adalah metode peraturan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding.

$$\text{Harga wajar} = \text{Harga Pihak Independen Sebanding}$$

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

Metode harga penjualan Kembali (*resale price method*) adalah metode penentuan harga transfer 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, asset, risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.

$$\text{Presentasi Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method/CPM*).

Metode biaya plus (*cost plus method*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan menambahkan tingkat laba 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.

$$\text{Harga Wajar Penjualan} = \text{Biaya produksi} + \text{Laba wajar}$$

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

Metode pembagian laba (*profit split method*) adalah metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksional (*transactional profit method*) 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 selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

5. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transaction Net Margin Method*)

Metode laba bersih transaksional (*transaction net margin method*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan

pihaklain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya”

$$\text{Metode Laba Bersih Transaksional} = \frac{\text{Laba bersih usaha}}{\text{Penjualan}}$$

#### 2.1.7.4 Pengukuran *Transfer Pricing*

Pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel *transfer pricing* dengan menggunakan *Related Party Transaction* menurut Chairil Anwar Pohan (2018:239), yaitu:

$$RPT = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

Keterangan:

*Related Party Transaction* (RPT): Transaksi pihak berelasi

Alasan penggunaan proksi 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).

**Tabel 2.1**  
**Kriteria *Transfer Pricing***

RPT	Kesimpulan
RPT > 0 % dengan <i>dummy</i> 1	Perusahaan diduga melakukan <i>Transfer Pricing</i>
RPT = 0 % dengan <i>dummy</i> 0	Perusahaan diduga tidak melakukan <i>Transfer Pricing</i>

### 2.1.7.5 Hubungan Istimewa

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 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”.

Hubungan Istimewa yang dimaksud didepan dapat mempengaruhi harga, karena adanya kemungkinan harga ditekan lebih rendah dari harga pasar. Dengan demikian maka yang menjadi dasar pengenaan pajak adalah harga pasar yang wajar yang berlaku di pasar bebas.

#### 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. 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 bebas 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, tertera bersama, personal 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 atau entitas pelapor dan entitas lain tersebut.

- c. Entitas pelaporan 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 (*Related Party Transaction*)**

*Related Party Transaction* (RPT) adalah pengalihan suatu sumber daya antar pihak berelasi tanpa memperhitungkan harga tertentu. Transaksi ini beragam dan seringkali merupakan transaksi bisnis yang rumis antara perusahaan dan manajer, direksi, atau afirmasi sendiri. Transaksi ini semacam dianggap bisa dan normal dalam bisnis dan perdagangan saat ini. Dengan demikian, banyak perusahaan yang terlibat di dalam bertransaksi dengan pihak berelasi (Jiang dkk, 2015 dalam Ningsih, 2019)

Menurut PSAK No 7 transaksi pihak berelasi (RPT) mengacu pada transfer sumber daya, jasa, atau kewajiban antara pihak berelasi, terlepas dari apakah suatu harga dibebankan. Transaksi pihak berelasi 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 (Tambun dkk 2016 dalam Supatmi & Wukirasih, 2022).

#### **2.1.7.6 Piutang Pihak Berelasi**

Menurut Rudianto (2012:2010) dalam Ningsih, (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 Ningsih, (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 kedalam aset lancar.

2. 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 asuransi atas kerugian yang dipertanggungjawabkan, klaim terhadap karyawan perusahaan, klaim terhadap retitusi pajak, piutang deviden dan lain-lain”.

Martani dkk. (2012:194) dalam Ningsih, (2019) pada dasarnya piutang dikelompokkan menjadi 3 jenis, antara lain sebagai berikut;

1. “Piutang Dagang/Piutang Usaha

Piutang dagang adalah tagihan perusahaan kepada pelanggan sebagai akibat tagihan adanya penjualan barang 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.

## 2. 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:

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

## 3. 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 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 saham sebelum jatuh tempo”.

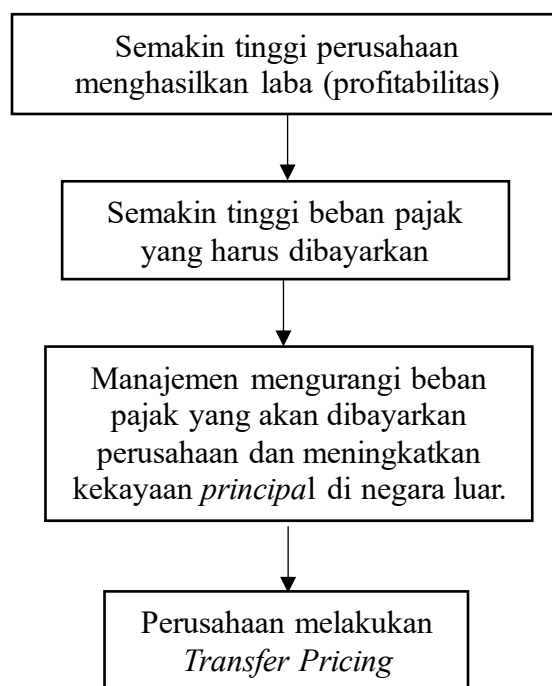
## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing***

Profitabilitas mengindikasikan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari mengukur efektivitas manajemen dalam mengelola bisnis serta menghasilkan laba dari operasi bisnisnya (Kartawijaya, 2023).

Menurut (Prasetio et al., 2020) Semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba maka akan berdampak pada semakin besarnya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan, hal tersebut dapat membuat pihak manajemen memilih untuk melakukan praktek *transfer pricing* agar dapat mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan perusahaan dan meningkatkan kekayaan principal di negara luar. Jadi semakin tinggi perusahaan mampu menghasilkan laba maka akan semakin besar kemungkinan melakukan praktek *transfer pricing*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hasanah dan Surachman (2020), Andreas (2021), Helty Cledy dan Muhammad Nuryatno Amin (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing***

### 2.2.2 Pengaruh *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing*

*Debt covenant* adalah kontrak yang ditunjukkan pada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Cochran dalam Hartika & Rahman, 2020). Dalam penelitian ini, *debt covenant* suatu perusahaan diprosikan dengan *leverage*.

Semakin besar hutang maka akan berdampak terhadap laba yang diperoleh perusahaan, karena sebagian digunakan untuk membayar bunga

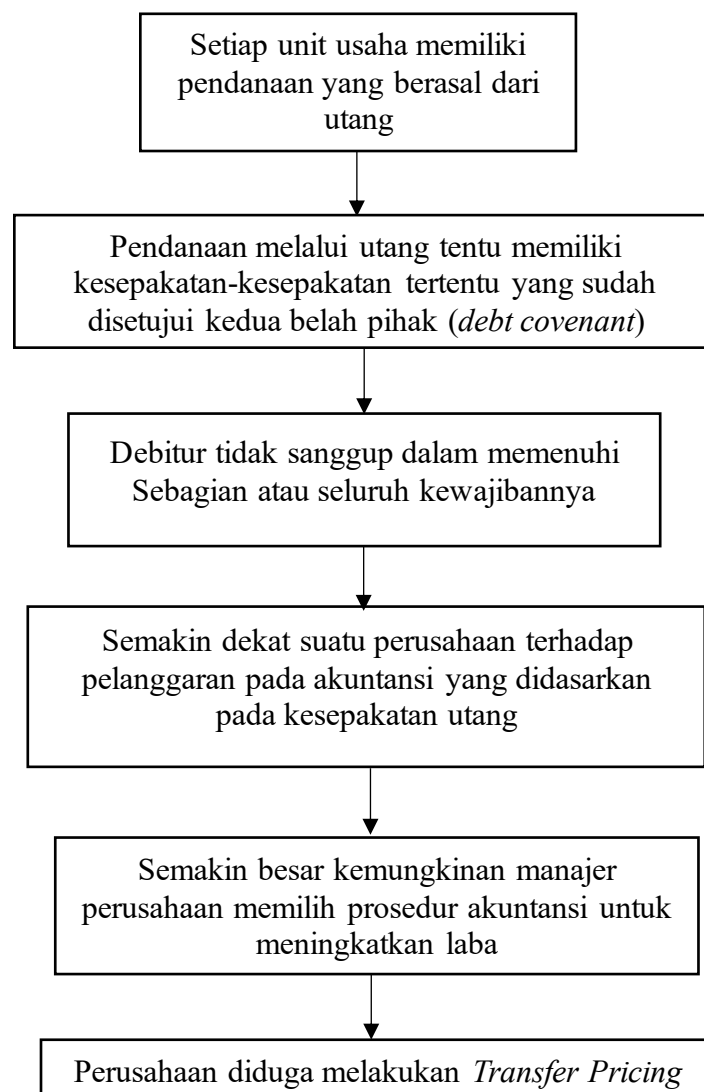
pinjaman. Dengan biaya bunga yang semakin besar maka profitabilitas (*earning after tax*) semakin berkurang (karena sebagian digunakan untuk membayar bunga), maka hak pemegang saham (dividen) juga semakin berkurang bahkan pertimbangan pajak muncul untuk membuat hutang menjadi pembiayaan dalam mengurangi pajak tinggi dan ekuitas dalam pajak rendah (Richardson dan Taylor, 2013 dalam Hartika & Rahman, 2020)

Kewajaran perjanjian utang dilihat melalui perbandingan antar kewajiban dan ekuitas diatur oleh Peraturan Undang-Undang PPh. Tingkat perbandingan diukur antara utang dan modal (*debt to equity ratio*). Jika perusahaan memiliki kewajiban lebih besar dari ekuitas dari batas kewajaran dapat dikatakan perusahaan memiliki keadaan tidak sehat (Wiharja dan Sutandi, 2023).

Setiap unit usaha memiliki pendanaan yang berasal dari utang. Pendanaan melalui utang tentu memiliki kesepakatan-kesepakatan tertentu yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak, yaitu kreditur dan debitur (Pandia, 2022). Resiko hutang kerap terjadi ketika menghadapi debitur yang memiliki kredit bermasalah. Kredit bermasalah dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang mengakibatkan debitur atau nasabah dari suatu lembaga pembiayaan tidak sanggup lagi dalam memenuhi sebagian atau keseluruhan kewajibannya pada kreditur sebagaimana diperjanjikan sebelumnya (Kuncoro dan Suhardjono, 2002 dalam Suardana, 2022). Pelanggaran atas kesepakatan utang didasari oleh ketidak inginan perusahaan untuk membayar utang sebelum jatuh tempo. Semakin dekat satu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang

didasari kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi untuk meningkatkan laba, salah satunya *transfer pricing* (Pandia, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian Jessica Alodia W dan Sutandi (2023), Ria Rosa, Rita Andini dan Kharis Raharjo (2017), Nisa Lutfiati dan Eva Anggara Yunita (2021), Fitria Ningtyas dan Kurniawati Mutmainah (2022) Menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran Pengaruh *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing***

**2.2.3 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing***

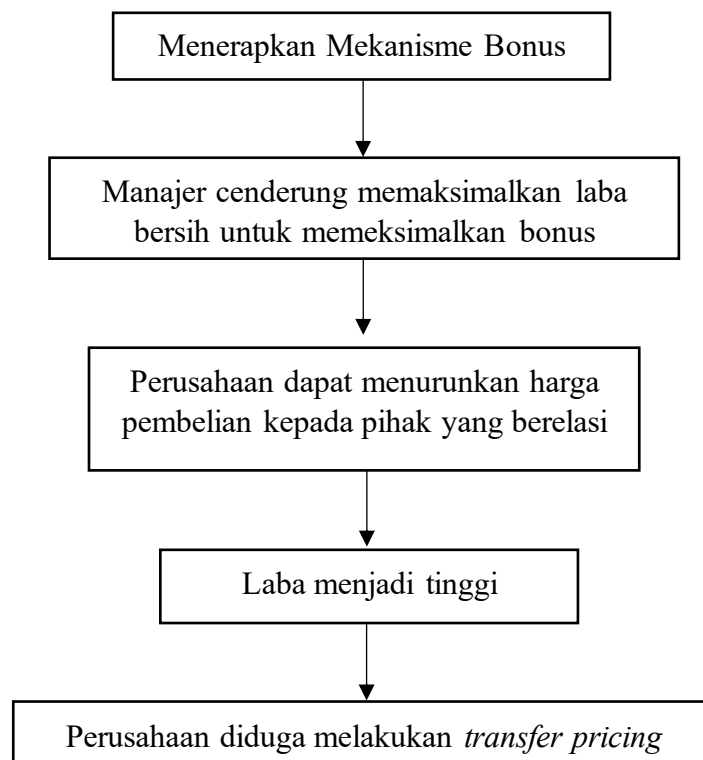
Dalam menjalankan tugasnya para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Apabila pemilik perusahaan atau pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik. Penghargaan itu dapat berupa bonus kepada direksi. Pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan (Tania & Kurniawan, 2019). Biasanya bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi dapat berupa komisi, tunjangan, intensif penjualan dan lain-lain (Mineri et al., 2021).

Pemilik dan pemegang saham menginginkan perusahaan mendapatkan laba yang besar di setiap periode (Lorensya dan Kesaulya, 2023). Mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara yang paling populer bagi pemilik perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksinya. Dimana mekanisme bonus diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya terhadap perusahaan (Ayshinta et al., 2019). Jika perusahaan mempunyai laba yang besar dari tahun sebelumnya bahkan melebihi target yang diinginkan maka direksi akan mendapatkan bonus (Kurniawan dalam Patriandi dan Cahya 2020). Salah satu kebijakan yang dapat

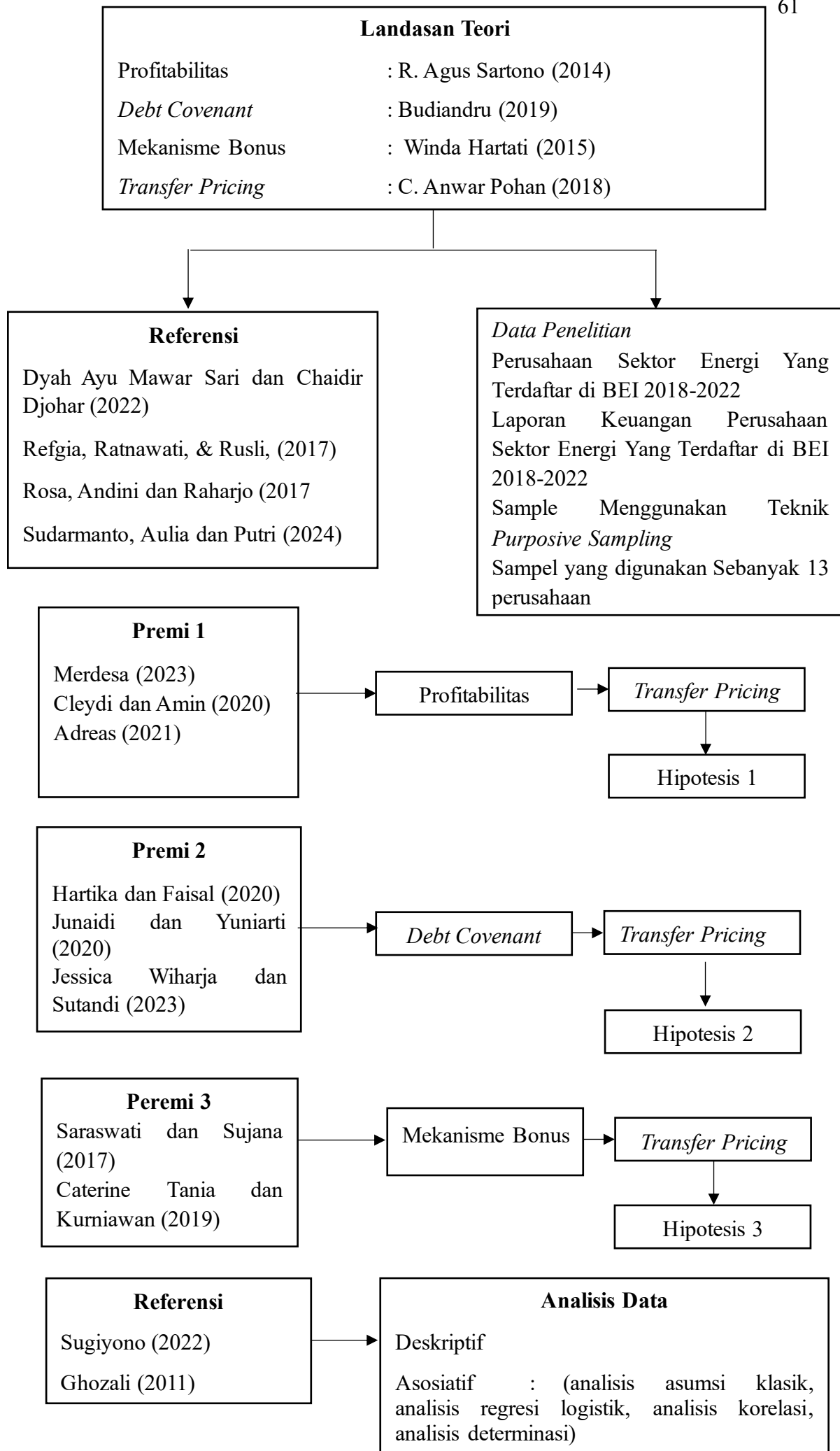


dipilih manajemen dalam upaya memaksimalkan laba perusahaan adalah melakukan praktik *transfer pricing* (Lorensya dan Kesaulya, 2023). Perusahaan dapat menurunkan (*mark down*) harga pembelian kepada pihak yang berelasi untuk meningkatkan laba di laporan keuangan (*window-dressing*) (Handayani, 2014).

Hal ini sejalan dengan penelitian Endah Ratsianingrum, Fadhae Harimurti dan Djoko Kristanto (2020), Eko Sudarmanto, Triana Zuhrotun, Rumaninty Lisaria P (2024). Menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.



**Gambar2.3**  
**Kerangka Pemikiran Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing***



### 2.2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
1	Helti Cledy dan Muhammad Nuryatno Amin 2020	Pengaruh pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>Transfer Pricing</i> .	Pajak dan Profitabilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Mempunyai Pengaruh Negatif Tapi Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .
2	Giffari Arfanda, Amor Marundha dan Uswatun Khasanah 2023	Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Ukuran Perusahaan Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Mekanisme Bonus dan <i>Debt Covenant</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
3	Jessica Alodia Wiharja dan Sutandi 2023	Pengaruh <i>Effective Tax Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	<i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan <i>Effective Tax Rate</i> Tidak

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
			Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
4	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 Positif dan Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Profitabilitas Berpengaruh Negatif dan Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Pajak dan Mekanisme Bonus Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>
5	Dini Martinda, Hasanah dan Surachman 2020	Beban Pajak, Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Beban Pajak dan Profitabilitas Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>
6	Ria Rosa, Rita Andini dan Kharis Raharjo 2017	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i>	<i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> Sedangkan Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>
7	Fredy Andreas 2021	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Pajak Berpengaruh Negatif Terhadap <i>Transfer Pricing</i> , Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
			Transfer Pricing dan <i>Tunneling Incentive</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>
8	Nisa Lutfiati dan Eva Anggara Yunita 2021	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Trans Pricing</i>	<i>Debt Covenant</i> dan <i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Pajak dan Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
9	Endah Ratsianingrum, Fadhae Harimurti dan Djoko Kristianto 2020	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan Mekanisme Bonus Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Negatif dan Signifikan Terhadap <i>Tansfer Pricing</i>
10	Siti Jasmine dan Leny Suzan, S.E.,M.Si 2018	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> . Sedangkan Mekanisme Bonus Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.
- H2 : *Debt Covenant* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.
- H3 : Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.