

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ruang Lingkup Akuntansi dan Perpajakan

2.1.1.1 Definisi Akuntansi

Pengertian Akuntansi Menurut Mulyadi (2010:3) menjelaskan sebagai berikut:

“Akuntansi adalah organisasi formulir, pencatatan, dan pelaporan yang dikordinasikan sedemikian rupa untuk memberikan informasi keuangan yang diperlukan pihak manajemen untuk memudahkan pengelolaan bisnis”.

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

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

Pengertian Akuntansi Menurut Agie Hanggara (2019:1) menjelaskan sebagai berikut:

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

Berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian Akuntansi merupakan proses identifikasi data-data yang menghasilkan catatan laporan keuangan untuk memberikan informasi

mengenai aktivitas ekonomi dan sebagai penilaian terhadap pengambilan keputusan perusahaan oleh pihak pemangku kepentingan.

2.1.1.2 Bidang Bidang Akuntansi

Saat ini transaksi yang dilakukan di dalam perusahaan sudah menjadi sangat kompleks, tergantung dari perkembangan perusahaan dan kegiatan usaha yang dilakukan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mampu menyajikan berbagai jenis informasi keuangan dengan cepat dan akurat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, akuntansi sendiri mempunyai berbagai disiplin ilmu akuntansi.

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

1. Akuntansi Keuangan (*Financial Accounting*)

Mengenai pencatatan transaksi perusahaan dan penyusunan laporan berkala, Dimana laporan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi manajemen, pemilik dan kreditor.

2. Pemeriksaan Akuntansi (*Auditing*)

Bidang yang mencakup pemeriksaan laporan keuangan dengan data akuntansi yaitu diperiksa mengenai kejujuran dan kebenaran dari laporan keuangan tersebut.

3. Akuntansi Manajemen (*Management Accounting*)

Cabang akuntansi yang menggunakan data historis dan data perkiraan untuk membantu manajemen merencanakan kegiatan dimasa yang akan datang.

4. Akuntansi perpajakan (*Tax Accounting*)

Meliputi penyusunan laporan pajak dan pertimbangan akibat transaksi Perusahaan.

5. Akuntansi Penganggaran (*Budgetary Accounting*)

Dalam bidang akuntansi ini, operasi keuangan (anggaran) direncanakan dalam jangka waktu tertentu dan membandingkan operasi sebenarnya dengan operasi yang direncanakan.

6. Akuntansi Nirlaba (*Non-profit Accounting*)

Bidang ini khusus mencatat transaksi organisasi nirlaba, seperti organisasi keagamaan dan yayasan.

7. Akuntansi biaya (*Cost Accounting*)

Merupakan bidang yang menekankan pada ketentuan dan penggunaan biaya serta pengendalian biaya-biaya yang biasanya terjadi pada suatu perusahaan industri.

8. Sistem Akuntansi (*Accounting System*)

Bidang ini mencakup segala teknik, metode dan prosedur untuk mencatat informasi akuntansi dan mengolah informasi akuntansi untuk mencapai pengendalian internal yang baik, dimana pengendalian internal merupakan suatu sistem pengendalian yang berasal dari keberadaan suatu struktur organisasi yang memungkinkan pembagian tugas dan sumber daya manusia yang kompeten dan praktik yang sehat.

9. Akuntansi sosial (*Social Accounting*)

Cabang akuntansi terbaru dan paling sulit dijelaskan secara singkat, karena menyangkut dana masyarakat.

2.1.1.3 Definisi Akuntansi Perpajakan

Akuntansi perpajakan merupakan bagian akuntansi yang menangani segala urusan yang berkaitan dengan pencatatan dan penyusutan laporan transaksi keuangan dalam menentukan besarnya pajak yang harus dibayar oleh seorang wajib pajak.

Akuntansi Perpajakan Menurut Waluyo (2014) sebagai berikut:

”Dalam menentukan besarnya pajak yang dibayarkan, tetap perlu mengandalkan laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan, mengingat undang-undang perpajakan mempunyai aturan khusus mengenai akuntansi, yaitu masalah konsep transaksi dan peristiwa keuangan serta metode pengukuran dan pelaporan menurut undang-undang”.

Akuntansi Perpajakan Menurut Rahman Pura (2013:5) sebagai berikut:

”Bidang akuntansi yang tujuannya menyusun laporan keuangan untuk keperluan perpajakan dan perencanaan perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku”.

Akuntansi Perpajakan Menurut Sukrisno Agoes (2014) sebagai berikut:

“Akuntansi Perpajakan merupakan bagian dari akuntansi komersial yang diatur dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Akuntansi Perpajakan memungkinkan Wajib Pajak lebih mudah menyusun SPT, sedangkan Akuntansi Komersial disusun dan disajikan berdasarkan SAK. Namun karena alasan perpajakan, Akuntansi Komersial harus diselaraskan dengan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia”.

Dari pengertian di atas dapat penulis simpulkan bahwa akuntansi perpajakan adalah pencatatan transaksi-transaksi yang berkaitan dengan perpajakan untuk memudahkan penyusunan laporan pajak penghasilan (SPT) masa dan tahunan. Karena keberadaan akuntansi perpajakan menjadi suatu asas mendasar yang diatur dalam undang-undang perpajakan, dan

perancangannya dipengaruhi oleh fungsi perpajakan dalam pelaksanaan perpajakan sebagai kebijakan pemerintah.

2.1.2 Ruang Lingkup Pajak

2.1.2.1 Definisi Pajak

Beberapa ahli di bidang perpajakan memberikan definisi yang berbeda-beda mengenai definisi pajak. Namun definisi-definisi tersebut pada hakikatnya memiliki tujuan yang sama, yaitu merumuskan pengertian pajak dengan cara yang mudah dipahami.

Definisi Pajak Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1, 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”.

Definisi Pajak Menurut Dr. N. J. Feldmann dalam Siti Resmi (2019:1), yaitu:

“Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontraprestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum”.

Definisi Pajak Menurut S. i. Djajadiningrat dalam Siti Resmi (2019:1), yaitu:

“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”.

Dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kewajiban kontribusi yang dipaksakan oleh pemerintah kepada individu atau badan untuk membiayai keperluan negara. Pajak bersifat memaksa sesuai dengan norma-norma yang ditetapkan pemerintah, tidak melibatkan kontraprestasi langsung, dan tujuannya adalah untuk mencapai sebesar-besarnya kemakmuran rakyat atau kepentingan umum. Dalam esensinya, pajak menjadi instrumen yang vital dalam mengelola keuangan negara untuk mendukung pembangunan dan pelayanan publik tanpa adanya imbalan yang sebanding secara langsung kepada pembayar pajak.

2.1.2.2 Fungsi Pajak

Beberapa pengertian pajak telah diketahui dari berbagai definisi diatas, bahwa pajak mempunyai beberapa fungsi pajak. Terdapat dua fungsi pajak Menurut Siti Resmi (2019:3) yaitu sebagai berikut :

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 *Regularend* (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 mengeksport 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 terdapat 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.

Pemberlakuan tax holiday, dimaksudkan untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia.

2.1.2.3 Jenis Jenis Pajak

Menurut Siti Resmi (2019:7) terdapat beberapa jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu menurut golongan, sifat, dan lembaga pemungutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Menurut Golongan

Pajak dikelompokkan menjadi dua:

a. Pajak Langsung

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). PPh dibayar atau ditanggung oleh pihak- pihak tertentu yang memperoleh penghasilan tersebut.

b. Pajak Tidak Langsung

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). PPN terjadi karena terdapat pertambahan nilai terhadap barang atau jasa. Pajak ini dibayarkan oleh produsen atau pihak yang menjual barang, tetapi dapat dibebankan kepada konsumen baik secara eksplisit maupun implisit (dimasukkan dalam harga jual barang atau jasa).

2. Menurut Sifat

Pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, sebagai berikut :

a. Pajak Subjektif

Pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan subjeknya.

Contoh: Pajak Penghasilan (PPh). Dalam PPh terdapat Subjek Pajak (Wajib Pajak) orang pribadi.

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 Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

3. Menurut Lembaga Pemungut

Pajak dikelompokkan menjadi dua, sebagai berikut :

a. Pajak Negara (Pajak Pusat)

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

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.

Pajak Daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009.

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, 66 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.

2.1.2.4 Tata Cara Pemungutan Perpajakan

Cara pemungutan pajak Menurut Siti Resmi (2019:10)

terdapat 3 bagian yaitu :

1. *Official Assessment System*

Sistem pemungutan yang memberi kewenangan aparaturnya 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 yang 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. *With Holding 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 memotong serta 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 *Tunneling Incentive*

2.1.3.1 *Pengertian Tunneling Incentive*

Definisi *Tunneling Incentive* Menurut Hartati, Desmiyati, dan Julia (2015) yaitu :

”*Tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan”.

Definisi *Tunneling Incentive* Menurut Sari dan Sugiharti (2014:1) adalah:

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

Kemudian *Tunneling Incentive* Menurut Suwandi (2022) adalah:

“*Tunnelin Incentive* adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk mengalihkan kekayaan dan keuntungan perusahaan yang hanya menguntungkan pihak

pengendali, tetapi pemegang saham minoritas akan dirugikan karena harus menanggung biaya tersebut”.

Dari definisi di atas terlihat bahwa *Tunneling Incentive* merupakan suatu tindakan pengalihan aset dan keuntungan perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas untuk kepentingannya sendiri, dan bebannya juga ditanggung oleh pemegang saham minoritas. *Tunneling Incentive* diwakili oleh pemegang saham terbesar menunjukkan bahwa kehadiran pemegang saham pengendali mempengaruhi manajemen dalam menentukan *transfer pricing*.

Timbulnya permasalahan keagenan diantara pemegang saham mayoritas maupun pemegang saham minoritas yang disebabkan oleh perbedaan kepentingan dan misi dari berbagai pihak, Konsentrasi kepemilikan saham yang ada di satu pihak ataupun satu kepentingan akan menyodorkan kemampuan dalam mengatur aktivitas usaha perusahaan yang diaturnya Sudarmanto, (2021).

2.1.3.2 Pengukuran *Tunneling Incentive*

Menurut Muamimah (2008) *Tunneling incentive* diprosikan dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 Paragraf 37 point (c) 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.

Indikator yang digunakan penulis untuk mengukur variabel penghindaran pajak menurut Istiqomah & Fanani (2020) dapat diukur dengan cara *Transaction Corporation* (TNC) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

TNC = *Transaction Corporation*

2.1.3.3 Kepemilikan Saham

1. Definisi Saham

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

Kemudian Menurut Fahmi (2015:81) definisi saham merupakan tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan berupa selembar kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.

Sedangkan Menurut Darmadji & fakhruddin (2012:5) menyatakan bahwa saham adalah tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau abadan dalam suatu emiten atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik emiten yang menerbitkan surat berharga tersebut.

Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa saham merupakan surat tanda bukti kepemilikan perusahaan yang di dalamnya tercantum nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak serta kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegang saham tersebut.

2. Jenis-Jenis Saham

Ada beberapa sudut pandang yang dapat membedakan jenis-jenis saham Menurut Nor Hadi (2023) dalam Gunadi & Widyatama (2021) 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 pemiliknya paling akhir terhadap kalim. 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 karakter 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 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 dipindahtangankan (dialihkan) kepemilikan (seperti uang) sehingga memiliki likuiditas yang lebih tinggi.

- b) Saham atas nama (*registered stock*) merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa nama pemiliknya, 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 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 sikilikal (*counter cyclical stock*) saham yang tidak terpengaruh ioleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi harga saham ini tetap tinggi.
 - f) Saham bertahan (*devensive/ 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

Pemegang saham Menurut Situmorang dan Rasji (2023) menjelaskan bahwa 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.

- 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 kemampuan untuk menentukan pengelolaan dan/atau kebijakan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung atau bukan pemegang saham utama yaitu memiliki paling sedikit 20% (dua puluh persen) hak suara dari seluruh saham yang dikeluarkan persroan.
- b) Pemegang Saham Minoritas Pemegang saham minoritas adalah pemegang saham yang tidak memiliki kontrol manajemen dalam perseroan atau bukan Pengendli”.

4. Struktur Kepemilikan

Menurut Abdurrahman (2008) dalam Irawan (2015), menjelaskan bahwa struktur kepemilikan merupakan komposisi pemegang saham dalam suatu perusahaan yang dihitung berdasarkan 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 dikuasi oleh pemegang saham yang memiliki proporsi kepemilikan saham 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).

Jenis-jenis kepemilikan dalam struktur modal perusahaan Menurut Irawan (2015) sebagai berikut:

- 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 pensiun 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 presentase suara yang berkaitan dengan saham dan opinion 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 kelompok orang yang masih memiliki hubungan kekerabatan. Perusahaan keluarga memiliki ciri khusus 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 presentase 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 Hery (2017:192) 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.

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu profit margin, *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) Hanafi dan Halim (2014:81).

Sedangkan Menurut R. Agus Sartono (2014:122) 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 para ahli diatas tentang definisi profitabilitas penulis dapat menyimpulkan bahwa profitabilitas adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan dan menghasilkan laba yang maksimal. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan. Investor cenderung memilih perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi karena hal ini menandakan potensi untuk mendapatkan pengembalian saham yang baik. Oleh karena itu, rasio profitabilitas menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menanamkan sahamnya di suatu perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas tidak hanya bermanfaat bagi pemilik atau manajemen perusahaan, tetapi juga bagi pihak lain di luar perusahaan, terutama mereka yang memiliki keterkaitan atau kepentingan dengan perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir (2018:197), tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi pihak perusahaan serta pihak di luar perusahaan adalah sebagai berikut:

1. “Untuk mngukur 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”.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat digunakan melalui perbandingan komponen-komponen dari laporan keuangan, terutama yang tercantum dalam neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran rasio profitabilitas dilakukan dengan membandingkan beberapa periode operasi perusahaan untuk memahami perkembangan dan perubahan yang terjadi serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan perubahan tersebut. Semakin lengkap jenis-jenis rasio profitabilitas yang digunakan, semakin komprehensif informasi yang diperoleh, yang berarti posisi dan tingkat profitabilitas perusahaan dapat dinilai secara menyeluruh.

2.1.4.3 Rasio Profitabilitas

Tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk mencapai profitabilitas atau keuntungan. Semakin besar laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan, semakin baik juga performa perusahaan tersebut. Laba bukan hanya sebagai penanda kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya terhadap para investor, tetapi juga merupakan elemen penting dalam

penciptaan nilai perusahaan yang mencerminkan prospek masa depan perusahaan. Tingginya profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan tingkat penerimaan yang signifikan.

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 (Kasmir 2018:196).

Sedangkan Menurut Hery (2017:192) 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.

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).

Berdasarkan penjelasan dari para ahli yang disampaikan tentang rasio profitabilitas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah

suatu pengukuran penting dalam menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai keuntungan. Ini mencakup efisiensi manajemen dalam menghasilkan laba dari penjualan dan investasi, serta kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dan modal untuk menghasilkan laba.

2.1.4.4 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Penggunaan rasio profitabilitas sebagai metode pengukuran adalah cara untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan merujuk pada laba dan potensi risiko yang mungkin terjadi.

R. Agus Sartono (2014:113) menyajikan beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menilai rasio profitabilitas, yaitu:

1. *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.

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

$$\mathbf{Gross\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Kotor}{Penjualan} \times 100\%}$$

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:

$$\mathbf{Gross\ Profit\ Margin} = \frac{\mathbf{Laba\ Operasi}}{\mathbf{Penjualan}} \times 100\%$$

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:

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

4. *Return On Asset*

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.

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:

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

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:

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

Menurut Hery (2017:193) 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.

Dari beragam jenis pengukuran profitabilitas yang tersedia, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Return on Assets* (ROA), karena ROA secara langsung terkait dengan analisis kinerja keuangan perusahaan. ROA adalah rasio yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang digunakan. Semakin tinggi ROA, semakin efektif penggunaan aset dalam menghasilkan laba.

Menurut Rosalita (2020) 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.

2.1.5 *Transfer Pricing*

2.1.5.1 *Pengertian Transfer Pricing*

Transfer pricing dalam perspektif perpajakan adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Proses kebijakan tersebut menentukan pula besaran penghasilan dari setiap entitas yang terlibat (Darussalam dkk., 2013:3).

Menurut Refgia (2017) “*transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu

barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi financial yang dilakukan oleh perusahaan”.

Penjelasan dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga untuk transaksi antara entitas yang memiliki hubungan istimewa. Transaksi tersebut dapat melibatkan berbagai jenis barang, jasa, aset tak berwujud, maupun transaksi keuangan.

2.1.5.2 Tujuan *Transfer Pricing*

Tujuan dari penerapan *Transfer pricing* merupakan suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Proses kebijakan tersebut menentukan pula besaran penghasilan dari setiap entitas yang terlibat (Darussalam dkk., 2013:9).

Menurut Horngren, Datar dan Foster (2008:375) dalam Lingga (2012) menyatakan bahwa penetapan *transfer pricing* seharusnya berkontribusi dalam mencapai strategi dan tujuan perusahaan serta sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Secara khusus, harga transfer seharusnya mendukung pencapaian tujuan dan tingkat usaha top management. Unit-unit yang menjual produk atau jasa seharusnya didorong untuk mengurangi biaya mereka dan menggunakan input secara efisien. Selain itu, penetapan harga transfer seharusnya membantu top management dalam mengevaluasi kinerja unit-unit individual dan manajernya. Dalam konteks desentralisasi tinggi yang didukung oleh top management, harga transfer seharusnya memungkinkan tingkat otonomi yang tinggi bagi unit-

unit dalam pengambilan keputusan. Ini berarti bahwa manajer unit-unit tersebut dapat memaksimalkan laba operasional dari unit mereka dengan melakukan transaksi baik dengan unit lain di dalam perusahaan (berdasarkan harga transfer) atau dengan pihak eksternal.

2.1.5.3 Peraturan *Transfer Pricing*

Direktur Jenderal Pajak memiliki wewenang untuk menyesuaikan kembali pendapatan dan/atau pengeluaran bagi Wajib Pajak yang memiliki hubungan istimewa. Penyesuaian tersebut dilakukan dengan mengikuti prinsip kewajaran dan kesesuaian dengan praktik bisnis yang sehat seperti yang berlaku di antara pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Metode Penentuan Harga Transfer (*transfer pricing*) yang paling sesuai atau dikenal sebagai Metode yang Paling Tepat (*The Most Appropriate Method*).

Dalam amandemen terbaru Undang-undang No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), terjadi penambahan 3 (tiga) metode *transfer pricing*, meningkat dari sebelumnya 5 (lima) metode. Sehingga, kini terdapat 8 (delapan) metode *transfer pricing* yang tersedia untuk diterapkan dalam menjaga prinsip kewajaran dan kesesuaian dengan praktik bisnis yang sehat. Berikut adalah 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 selayaknya 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*)”.

Penambahan 3 (tiga) metode transfer pricing yang baru, yang tercantum sebagai poin 6, 7, dan 8 di atas, masih belum diuraikan secara detail mengenai

definisi dan penerapannya dalam Pasal 18 ayat 3 UU HPP.

2.1.5.4 Pengukuran *Transfer Pricing*

Secara umum harga dalam transaksi penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa, harga sering kali tidak sesuai dengan standar yang wajar dan dapat dimanipulasi baik dengan menaikkan maupun menurunkan harga. Adapun pengukuran untuk mengevaluasi variabel ini menggunakan indikator *Related Party Transaction* Menurut Pohan (2018:239).

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

Keterangan:

Related Party Transaction (RPT) = Transaksi Pihak Berelasi

Alasan menggunakan pengukuran dengan metode *Related Party Transaction* (RPT) karena 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. Dalam hal ini jika nilai RPT lebih dari (>0%) maka perusahaan diduga melakukan *transfer pricing*, dan jika nilai RPT sama dengan (=0%) maka perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* (Ariputri, 2020:35).

2.1.5.5 Hubungan Istimewa

Menurut Suandy (2011:70) hubungan istimewa terjadi antara induk

perusahaan dan anak perusahaan, cabang, atau perwakilannya, baik di dalam maupun di luar negeri.

Berdasarkan Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), Hubungan Istimewa dianggap terjadi jika memenuhi satu atau lebih dari 3 (tiga) kriteria yang ditetapkan, 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.

Menurut pendapat dari Tiara & Maksudi (2020) 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 digunakan yaitu 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 (*Related Party Transaction*)

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 (Tambunan dkk. 2016 dalam Supatmi dan Wukirasih, 2022).

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. *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 rumit antara perusahaan dan manajer, direksi, pemilik, atau afirmasinya sendiri. Transaksi semacam ini dianggap biasa dan normal dalam bisnis dan perdagangan saat ini. Dengan demikian, banyak perusahaan yang terlibat di dalam bertransaksi dengan pihak berelasi (Jiang dkk., 2015 dalam Hendi dan Ningsih, 2019).

2.1.5.6 Piutang Pihak Berelasi

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 (Rudianto, 2012:210 dalam Lilianti dkk, 2019).

Menurut Rudianto (2012:211) dalam Lilianti dkk (2019), piutang dalam perusahaan dibagi 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 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 retitusi pajak, piutang deviden dan lain-lain”.

Martani dkk. (2012:194) dalam Lilianti dkk. (2019) menyatakan bahwa piutang dikelompokkan menjadi 3 jenis, sebagai berikut:

1. “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.
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)”.

Komponen aset tidak 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 (Liombono dkk., 2013:123).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

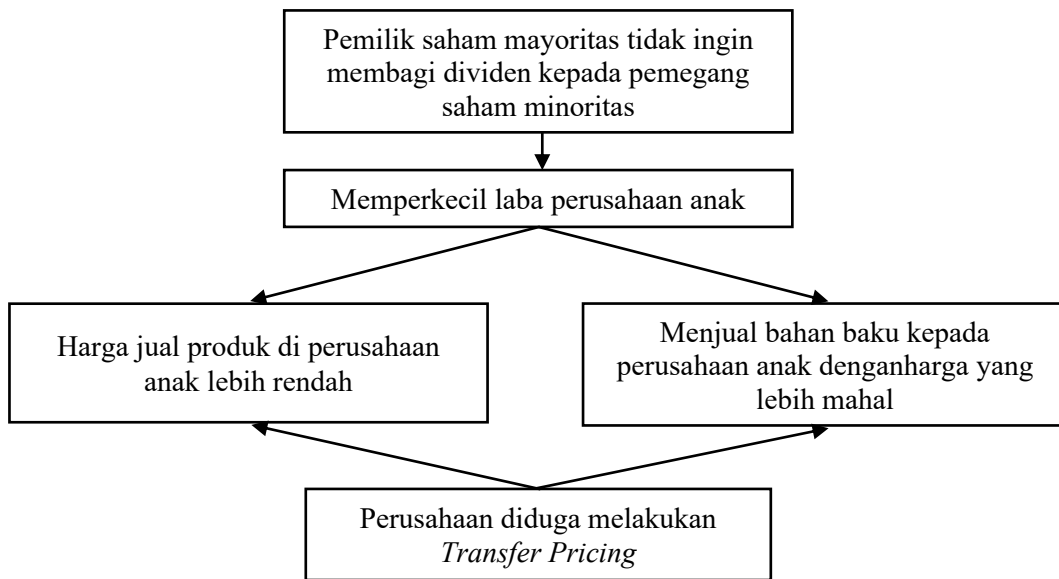
Tunneling incentive dilakukan dengan mengalihkan laba perusahaan melalui transfer, sehingga laba yang diperoleh dalam perusahaan menjadi lebih kecil karena sebagian laba telah dipindahkan ke perusahaan anak. Transaksi yang terjadi dapat berupa penjualan atau pembelian dengan perusahaan anak, dengan menerapkan prinsip *transfer pricing*. Transaksi ini melibatkan pengalihan kas atau aset lancar perusahaan dengan menggunakan harga yang tidak wajar, dengan tujuan untuk menguntungkan pemegang saham pengendali. Dengan demikian, pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam perusahaan tersebut.

Secara sederhana apabila pemegang saham memiliki sebagian besar saham perusahaan, mereka cenderung menginginkan dividen yang besar. Oleh karena itu, saat perusahaan harus membagikan dividen kepada seluruh pemegang saham, pemegang saham mayoritas lebih cenderung melakukan

transfer pricing, yaitu dengan cara mengalihkan kekayaan perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, daripada membagi dividen kepada pemegang saham minoritas. Dengan demikian, semakin besar kepemilikan pemegang saham, semakin mungkin terjadi praktik *transfer pricing* (Istiqomah dan Fanani, 2020).

Jika praktik *transfer pricing* dalam konteks tunneling dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh di bawah harga pasar, maka ini akan secara langsung mempengaruhi pendapatan perusahaan anak, mengakibatkan laba yang diperoleh menjadi lebih kecil dari yang seharusnya. Sebaliknya, jika perusahaan anak membeli persediaan dari perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga yang wajar, biaya bahan baku tersebut juga akan memberi dampak besar terhadap laba perusahaan anak, kondisi ini sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang merupakan pemegang saham mayoritas dari perusahaan anak. Namun, bagi pemegang saham minoritas, praktik ini merugikan karena dividen yang mereka terima menjadi lebih kecil atau bahkan tidak ada pembagian dividen sama sekali akibat kerugian yang diakibatkan oleh pembebanan biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Lailiyul, 2015 dalam Refgia, 2017).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *tunneling intencive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kerangka pemikiran mengenai *tunneling intencive* terhadap *transfer pricing* dapat dilihat dalam gambar 2.1.



Gambar 2.1.

Kerangka Pemikiran Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*

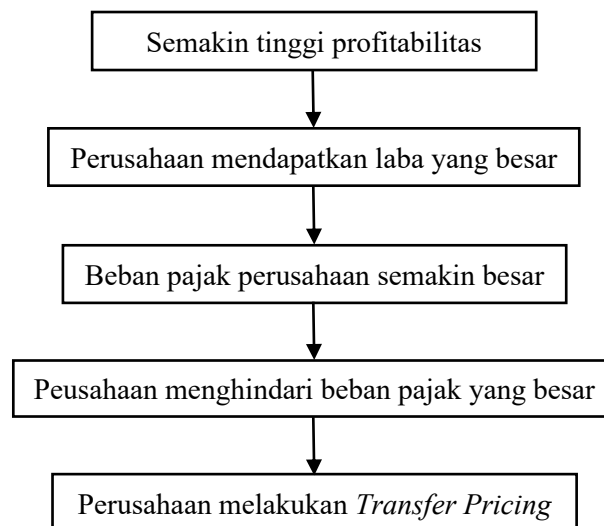
Rasio profitabilitas digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi kinerja manajemen dalam menjalankan operasi perusahaan dalam laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi perusahaan. Laba perusahaan dihitung sebagai selisih antara pendapatan yang diterima dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan demikian ini dapat dinilai seberapa sukses perusahaan dalam menjalankan operasinya (Septiana.A, 2019:108).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Michelle & Melvie (2021), bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Tingkat profitabilitas yang tinggi terhadap pengembalian saham suatu perusahaan membuat investor lebih cenderung memilih perusahaan tersebut untuk menanamkan saham mereka. Hal ini karena rasio profitabilitas seringkali

menjadi faktor pertimbangan utama bagi investor dalam menentukan apakah akan menanamkan sahamnya di suatu perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing* semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, semakin besar insentif bagi perusahaan untuk menerapkan *transfer pricing*. Dengan meningkatnya laba, besarnya pajak yang harus dibayar perusahaan juga akan bertambah, dan praktik *transfer pricing* merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang tinggi (Cledy dan Amin, 2020).

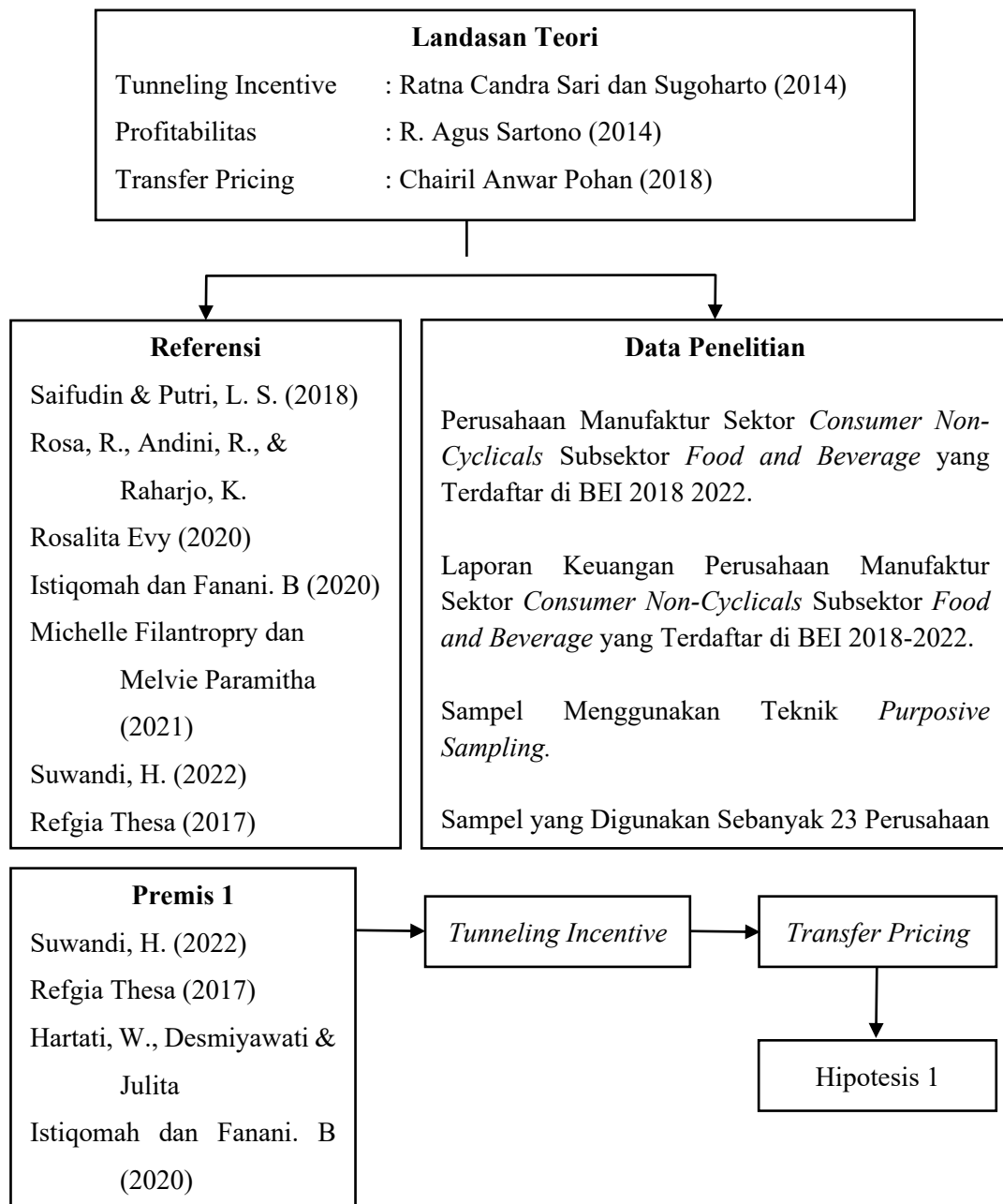
Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kerangka pemikiran mengenai dampak profitabilitas terhadap transfer pricing dapat dilihat dalam gambar 2.2.

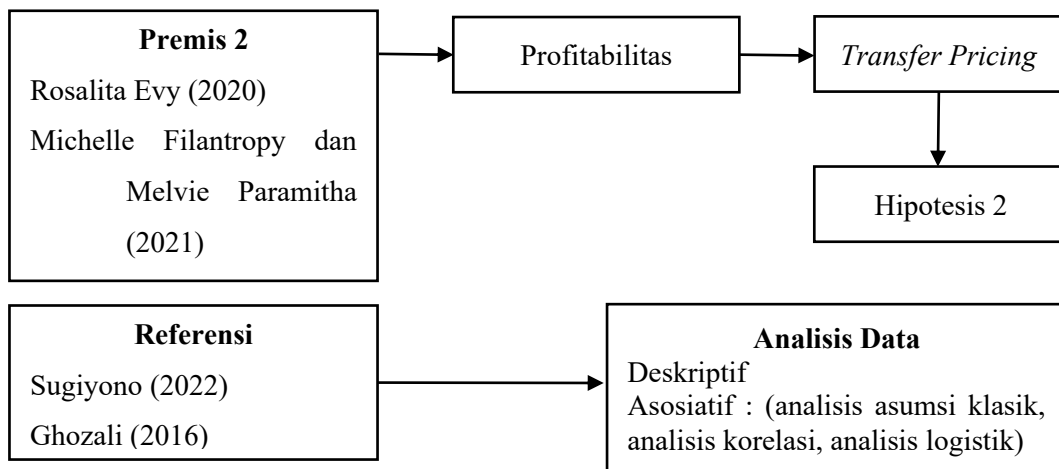


Gambar 2.2.

Kerangka Pemikiran Pengaruh Profitabilitan Terhadap Transfer Pricing

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





2.2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1.

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
1.	Rosalita Evy (2020)	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Penetapan Transfer Pricing	Berdasarkan uji yang dilakukan terbukti bahwa pajak, profitabilitas, dan leverage berpengaruh significant terhadap penetapan nilai transfer pricing, dengan arah berturut-turut sebagai berikut, negative, positif, dan negative.

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
2.	Istiqomah dan Fanani. B (2020)	Pengaruh Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Transaksi Transfer Pricing	Hasil penelitian bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap transaksi transfer pricing dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, tunneling insentif berpengaruh terhadap transaksi transfer pricing, dengan nilai signifikan sebesar 0,004 dan debt covennat tidak berpengaruh terhadap transaksi transfer pricing dengan nilai signifikan sebesar 0,153.
3.	Michelle Filantropy Dan Melvie Paramitha (2021)	Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing.	Tunneling Incentive Berpengaruh Signifikan Terhadap Transfer Pricing, Profitabilitas Berpengaruh Negatif Terhadap Transfer Pricing, Sedangkan Pajak Dan Mekanisme Bomus Tidak Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing.
4.	Suwandi, H. (2022)	Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing	Pajak tidak berpengaruh terhadap Transfer Pricing, sedangkan Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap Transfer Pricing.
5.	Refgia Thesa (2017)	Pengaruh Paj ak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing	Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Tunneling Incentive berpengaruh terhadap Transfer Pricing. Sedangkan Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap Transfer Pricing

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
6.	Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K.	Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Transaksi Transfer Pricing	Pajak terbukti tidak berpengaruh positif terhadap Transfer Pricing. Sedangkan Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant Dan Good Corporate Governance (Gcg) berpengaruh positif Terhadap Transfer Pricing
7.	Hartati, W., Desmiyawati & Julita	Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing	Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap Keputusan Transfer Pricing
8.	Saifudin & Putri, L. S. (2018)	Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing	Pajak dan Tunneling Incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan Transfer Pricing. Sedangkan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan melakukan Transfer Pricing.

2.3 Hipotesis

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 (Sugiyono 2022:99)

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah ada hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis 1 : *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis 2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*