BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Harga Transfer(Transfer pricing)

2.1.1.Pengertian Transfer Pricing

Harga transfer atau *transfer pricing* merupakan Suatu kebijakan yang diatur oleh perusahaan untuk menentukan harga transfer atas suatu transaksi ,baik harga atas barang,jasa,harta tak berwujud,ataupun transaksi financial yang dilakukan oleh perusahaan .Transfer pricing juga bisa diartikan sebagai besaran harga yang dibebankan satuan usaha individu pada perseroan multi satuan atas transaksi yang terjadi di antara mereka .Pengertian harga transfer menurut Horngren (2008: 868) adalah sebuah harga yang dibebankan pada suatu divisi atau sub unit untuk dipasok ke sub unit lain dalam suatu organisasi yang sama.Harga transfer tidak hanya terjadi dalam satu lingkup perusahaan saja, namun harga transfer juga sangat mungkin terjadi pada suatu perusahaan yang berada di berbeda yang memiliki hubungan istimewa atau saling terafiliasi (Eiteman, Stonehill & Moffett: 2010).sedangkan menurut Gunadi(dalam achmadiyah 2009)harga transfer merupakan jumlah harga atas penyerahaan barang atau imbalan atas penyerahaan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis financial maupun transaksi bisnis lainnya,adapun Mohammad Zain mendefenisikan harga transfer sebagai harga yang diperhitungkan untuk mengendalikan manajemen atas transfer barang dan jasa antar pusat pertanggungjawaban biaya atau laba ,termasuk derteminasi harga untuk barang ,imbalan atas jasa ,tingkat bunga pinjaman ,beban atas persewaan dan metode pembayaran serta pengirim uang (Zain 2008;294)

Dari ketiga defenisi harga transfer di atas ,dapat kita ambil persamaan harga transfer merupakan harga yang ditimbul atas penyerahaan barang,jasa atau harta tak berwujud lainnya dari suatu perusahaan ke perusahaan lain yang twerkait dalam hubungan kepemilikan dibawa satu induk perusahaan.

Praktik transfer pricing pada dasarnya dapat terjadi karena adanya suatu hubungan istimewa antara perusahaan yang berbeda dalam suatu grup perusahaan multinasional,sehingga mereka bisa bernegosiasi dan bekerja sama dengan baik dalam penentuan harga transfer.Transfer pricing biasanya ditetapkan untuk produk-produk antara*(intermediate product)*yang merupakan barang-barang dan jasa dipsok oleh devisi penjual kepada devisi pembeli .pasal 1 ayat 8 peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-43/Pj/2010 yang diubah terakhir dengan PER-32/PJ/2011,mendefinisikan penentuan harga transfer(*transfer pricing)*sebagai "Penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa"(Desriana,2012)Kesimpulan berbagai definisi *transfer pricing* dari parah pendapat ahli diatas adalah *Transfer pricing* terdiri dari beberapa poin yaitu Harga,perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa,atau dan transaksi yang terjadi antara cabang perusahaan atau induk perusahaan .*Transfer pricing* merupakan Harga transfer atas harga jual barang ,jasa,dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi diberbagai Negara(Astuti,2008;12)

2.1.2.Tujuan Transfer Pricing

Tujuan penetapan *Transfer pricing* sebagai berikut :secara umum ,tujuan penetapan harga transfer adalah untuk mentransmisikan data keuangan diantara depertemen atau divisi perusahaan pada waktu mereka menggunakan barang dan jasa satu sama lain(Henry Simamora ,1990 daloam 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 .Sementara itu,dalam lingkup perusahaan multinasional ,*Transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak dan bea yang mereka keluarkan di seluruh dunia(Hansen dan Mowen,1996:496 dalam Desriana 2012)

Ada beberapa hal dari tujuan harga transfer yang meliputi

a. Pengoptimalkan atas penghasilan global setelah dipotong pajak
b. Evaluasi kinerja cabang perusahaan mancanegara
c. Mengupayakan keamanan posisi kompetitif,upayah keamanan ini bertujuan untuk

- memaksimalkan penghasilan global
- mengamankan posisi kompetitif cabang perusahaan,
- mengevaluasi kinerja cabang perusahaan mancanegara
- menghindari pengendalian devisa
- mengurangi risiko moneter
- mengatur arus kas cabang perusahaan
- membina hubungan baik dengan adminstrasi setempat

d. Mengurangi risiko keuangan
e. Mengatur arus kas pada cabang perusahaan
f. Mengurangi risiko pengambilalihan pemerintah
g. Mengurangi beban tanggungan pajak dan bea masuk

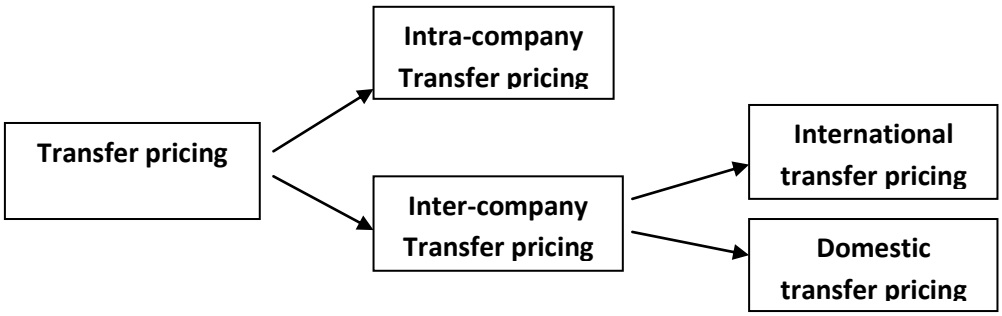
2.1.3 Jenis Transfer Pricing

Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing* merupakan *intra-company transfer pricing* dan *inter-company transfer pricing*.. *Intra-company transfer pricing* merupakan transfer pricing antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan transfer pricing antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa biasanya antar perusahaan multinasional dengan cabang di beberapa Negara.Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu 3actor(*domestic transfer pricing)* maupun dengan factor yang berbeda (*international transfer pricing*).*Domestic transfer pricing* dapat juga digunakan untuk menghindari pajak meskipun dalam jumlah yang tidak signifikan dengan cara menetapkan harga transfer sedemikian rupa sehingga penghasilan kena pajak tersebar merata pada perusahaan perusahaan terkait untuk mengurangi kemungkinan terkena 3actor pajak progresif tertinggi atau dapat juga melalui pengalihan laba kepada perusahaan yang masih berhak menikmati kompensasi kerugian. *International transfer pricing* dapat menimbulkan permasalahan apabila digunakan untuk kepentingan penghindaran pajak perusahaan,perusahaan yang berada pada factor berbeda dapat mengatur harga transfer sedemikian rupa sehingga perusahaan di factor yang factor pajaknya rendah untuk mendapatkan keuntungan yang setingginya sedangkan perusahaan di factor yang factor pajak lebih tinggi mendapat keuntungan yang serendah-

rendahnya.jalur manapun yang digunakan dari sudut pandang perusahaan transfer pricing intinya menciptakan harga untuk dialihkan ke cabang lain perusahaan atau subunit perusahaan sehingga menghasilkan biaya paling ekonomis bagi perusahaan pada istilah Eden setiawan (2014-: 2-3) menyatakan ada beberapa strategi dalam manipulasi harga transfer antara lain:

1. harga penjualan
2. harga pembelian
3. alokasi biaya administrasi dan umum ataupun pada biaya overhead
4. pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (shareholder loan)
5. pembayaran komisi, lisensi ,franchise,sewa, royalty, imbalan atas jasa manajemen,imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lainnya
6. pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik atau pihak yang mempunya ihubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar)
7. penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunya isubstansi usaha (*seperti dummy company, letter box company atau reinvoicing center*)

Skema transfer pricing



2.1.4 Aspek-aspek Transfer Pricing

Transfer pricing meliputi beberapa aspek di antaranya :

a. Harta berwujud

merujuk pada semua asset fisik bisnis,yang dapat meliputi persediaan (bahan mentah,barang setengah jadi dan barang jadi,serta barang dagangan lainnya)mesin dan peralatan,inventaris,tanah dan bangunan,barang modal dan bidang keperluan usaha lainnya.

b. Harta tidak berwujud

Harta tak berwujud dari aspek *transfer pricing* dibedakaan antara manufacturing intangibles (yang timbul karena kegiatan pabrikasi atau upayah penelitian dan perkembangan oleh produsen)dan marketing intangibles (yang berasal dari upaya pemasaran ,distribusi dan jasa purna jual .

c. Penyerahaan jasa

Dari aspek harga transfer ,penyerahaan jasa kepada pihak yang mempunyai hubungaan istimewa dapat berkisar dari yang sederhana seperti jasa rutin akuntansi dan legal ,jasa teknis antara perusahaan hingga pengiriman karyawan.

2.1.5 Faktor pendorong Transfer pricing)

1. Pergeseran menuju desentralisasi,divisionalisasi dan penggunaan *konsep corporate profit center*

   Transfer pricing tidak terlepas dari fenomena bisnis perusahaan besar yang multi unit yang akan melakukan ekspansi usaha keluar negeri dengan mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan mengimplementasikan konsep *cost-revenue* atau *consep corporate profit center*

2. Pemanfaatan *transfer pricing* dalam bisnis dan investasi internasional.

   Dalam konsep *cost-revenue* atau *corporate profit center*,perusahaan membagisegmen-segmen perusahaan menjadi segmen pengendali biaya saja disebut pusat biaya*(cost center*)pengendalian penghasilan disebut pusat penghasilan saja (*revenue center*)segmen pengendalian biaya dan penghasilan sekaligus pusat laba (*profit center*)dan segmen pengendalian biaya,penghasilan,dan investasi harta sekaligus disebut pusat investasi *(investmen center*).dalam rangka efisiensi manajemen

antara segmen tersebut dan peningkat laba investasi internasional,perusahaan pun melakukan *transfer pricing*.

3. Pengawasan *transfer pricing* oleh aparat perpajakan dan bea cukai di beberapa Negara

   Ketat atau tidaknya pengawasan aparat pemerintah dibidang perpajakan dan bea cukai dalam mengawasi aktifitas *transfer pricing* perusahaan juga menjadi factor pendorong perusahan melakukan *transfer pricing* .semakin lemah pengawasan aparat maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan penyalagunaan *transfer pricing*

4. Keperluan pengungkapan segmentasi informasi dan transaksi antar unitdalam grup perusahaan.

   Kebutuhan informasi antar segmen dan transaksi antar unit pun turut mendorong dilakukannya *transfer pricing* oleh perusahaan berhubungan istimewa

2.2 Effective tax rate (ETR)

Effective tax rate merupakan tingkat pajak efektif perusahaan yang dapat dihitung dari beban pajak penghasilan (beban pajak kini)dan kemudian dibagi dengan laba sebelum pajak.semakin rendah nilai *effective tax rate* maka semakin baik nilai *effective tax rate* disuatu perusahaan dan baiknya nilai *effective tax rate* tersebut menunjukan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil merencanakan pajak.beban pajak yang digunakan hanya menggunakan beban pajak kini karena pada beban pajak kini dimungkinkan untuk melakukan pemilihan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan perpajakan dan akuntansi. Pembayaraan sejumlah pajak atas objek pajak yang menjadi tanggung jawab para wajib pajak berdasarkan pelaporan akuntansi keuangan yang berlaku dengan membandingkan beban pajak penghasilan(tax expense)dengan laba sebelum pajak(pretax income) (Astuti & Aryani 2006).Pajak merupakan komponen yang sebisa mungkin diminimalisir pembayarannya oleh suatu perusahaan dengan melakukan perhitungan menggunakan ETR,guna menghin dari pembayaran pajak yang cukup tinggi,maka banyak perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing*.Dimana dengan melakukan harga transfe atau *transfer pricing* suatu perusahaan telah melakukan pergeseran pendapatan dari Negara yang pajaknya tinggi ke factor yang

menerapkan factor pajak rendah(Jacob,1996).ETR merupakan perbandingan dari total yang dibaya

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernad,Jensen &schott (2006) mengemukakan bahwa ETR beroengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. ETR merupakan perbandingan dari total yang dibayar perusahaan dengan total pendapatan sebelum pajak (Permana dan Zulaikha 2015),penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih,Rasmini dan Wirakusuma (2011).Wafiroh,Lailiyul,dan Hapsari (2015);serta Hartati,Desmiyawati &Azlina (2014) menunjukan bahwa pajak berpengaruh terhadap kebijakan harga transfer .Artinya ketika factor pajak suatu Negara tinggi maka maka otomatis perusahaan akan melakukan harga transfer ke Negara lain yang factor pajaknya rendah guna menghindari pembayaran pajak yang tinggi

Keberadaan ETR sering digunakan untuk pengambilan keputusan dan digunakan oleh pihak berkepentingan dalam mengkaji sistem perpajakan perusahaan dikarenakan adanya pengaruh kumulatif dari berbagai macam keberadaan insentif pajak dan perubahaan tariff pajak perusahaan .pengukuran ETR dihitung dengan membagi beberapa estimasi utang paak dengan ukuran laba sebelum pajak atau arus kas (Hanlon dan Heitzmen,2010)pengukuran ini menggambarkan tingkat rata-rata pajak per satuan mata uang dari pendapat atau arus kas .sangat penting untuk mengetahui pembilang yang tepat dalam pengukuran ETR.

Penelitian ini menggunakan tiga variasi dari proksi ETR untuk mengukur agresivitas pajak seperti yang dipaparkan oleh Hanlon dan Heitszmen berikut ini merupakan variasi pembilang dalam pengukuran ERT perusahaan yang umum digunakan yaitu :

1. GAAP ETR

   GAAP ETR didevenisiskan sebagai total beban pajak penghasilan dibagi dengan laba akuntansi sebelu pajak .strategi perusahaan untuk menunda pembayaran pajak seperti mempercepat depresiasi untuk tujuan perpajakan tidak akan mengubah GAAP ETR .tetap,beberapa strategi yang bukan untuk perencanaan pajak seperti perubahaan dalam penilaia penyisihan dapat mempengaruhi GAAP ETR.GAAP ETR merupakan *rate* yang mempengaruhi

laba akuntansi .strategi pajak yang tidak dapat menangguhkan pajak ,tidak dapat mengubah GAAP ETR

$$\text{GAAP ETR} = \frac{\text{Total income tax expense}}{\text{Total pre}-\text{tax accounting income}}$$

2. Cash ETR

   Cash ETR merefleksikan kemampuan perusahaan untuk mengeluarkan sejumlah kecil nilai kas untuk membayar pajak dari laba sebelum pajak (Dyreng et,2008).caash ETR dihitung dengan jumlah pajak yang dibayar secara tunai sebagai pembilang.Cash ETR dipengaruhi oleh strategi penangguhan pajak tetapi tidak terpengaruhi perubahan akrual akuntasi pajak.Cash ETR tahunan juga menunjukan ketidakcocokan antara pembilang dan penyebut jika kas tersebut digunakan untuk membayar pajak termasuk pajak yang dibayarkan atas penghasilan dalam periode yang berbeda.

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{Cash taxes paid}}{\text{Total pre}-\text{tax accounting income}}$$

3. Current ETR

   GAAP ETR dapat dikonversi kedalam Current ETR dengan memasukan pajak kini sebagai pembilang.Current ETR adalah mengukur total beban pajak setelah dikurangi pajak tangguhan .pengukuran ini digunakan untuk melihat nilai ETR perusahaan atas beban pajak saat ini .Current ETR dapat mengendalikan efek dari strategi pajak tangguhan namun terpengaruhi oleh perubahaan akural akuntansi pajak.

$$\text{Current ETR} = \frac{\text{Current income Tax Expense}}{\text{Total Pre}-\text{tax accounting income}}$$

2.3 Mekanisme bonus

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap memiliki kinerja yang baik setiap tahun dan apabila perusahaan memperoleh laba(Suryatiningsih,2009).bonus yang tinggi mampu diperoleh ketika laba perusahaan juga tinggi,untuk memperoleh laba yang tinggi pihak manajemen bisa mencapainya dengan salah satu cara yaitu melalui harga transfer.Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Hartati,Desmiyawati dan Azlina (2014) menunjukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap kebijakan harga transfer ,sedangkan penelitian yang dilakuakan oleh Mispiyanti(2015)serta Wafiroh,Lailiyul dan Hapsari (2015) menunjukan bahwa mekanisme bonus tidah berpengaruh signifikan terhadap kebijakan harga transfer,Sebagaimana yang dinyatakan oleh purwanti (2010),mekanisme bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba .Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manager di perusahaan dapat melakukan perekayasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang masksimal

Dalam menjalankan tugasnya para direksi cenderung menunjukan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelolah perusahaan .pemilik perusahaan sendiri tidak hanya member bonus terhadap direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi atau subunit ,tetapi kepada direksi yang bersedia bekerja sama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.Hal ini didukun oleh pendapat Mutamimah dan horngren(2008)yang menyebutkan bahwa kompensasi(bonus)direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam suatu organisasi.Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata perusahaan.

Oleh sebab itu,direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan pada antar perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawa pasar .Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahun tersebut.

2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksi atau diwakili oleh saham adalah tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan (Halim 2007).definisi lain saham adalah sumber keuangan korporasi yang berasal dari pemilik korporasi dan merupakan bukti kepemilikan atas korporasi oleh pemegangnya serta surat berharga yang dapat

diperdagangkan di pasar bursa(bursa efek) (Tampubulon, 2005). Menurut Sunariyah (2003), saham adalah surat berharga sebagai bukti penyertaan atau pemilikan individu maupun institusi yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang terbentuk perseroan terbatas (PT). Definisi nilai perusahaan adalah nilai pasar yang dimiliki perusahaan.Secara harafiah nilai perusahaan diukur dari nilai pasar yang ditentukan dari harga saham. Bagi perusahaan sudah *go public* maka nilai pasar perusahaan ditentukan mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang tercermin dalam harga saham (*listing price*). Sedangkan bagi yang bukan perusahaan factor, nilai pasar ditetapkan oleh lembaga independen seperti perusahaan jasa penilai (*appraisal company*). Harga pasar merupakan cerminan berbagai keputusan dan kebijakan manajemen, dengan demikian nilai perusahaan merupakan akibat dari tindakan manajemen (Suharli, 2006).

2.4.1 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkataan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminka peningkatan kemampuan pemegang saham.Bagi seorang manager nilai perusahaan menjadi tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya .Peningkatan nilai perusahaan menunjukan peningkatan kinerja perusahaan .Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegam saham yang merupakan tujuan perusahaan .Bagi investor peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut akan tertarik untuk berinvestasidi perusahaan(Silvia Indriani ,2019;3)

Optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Wijaya, 2010). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya

para pemodal menyerahkan pengelolaannya 11 diposisikam sebagai manajer ataupun komisaris (Soliha dan Taswan, 2002).

2.5 Penelitian Terdahulu

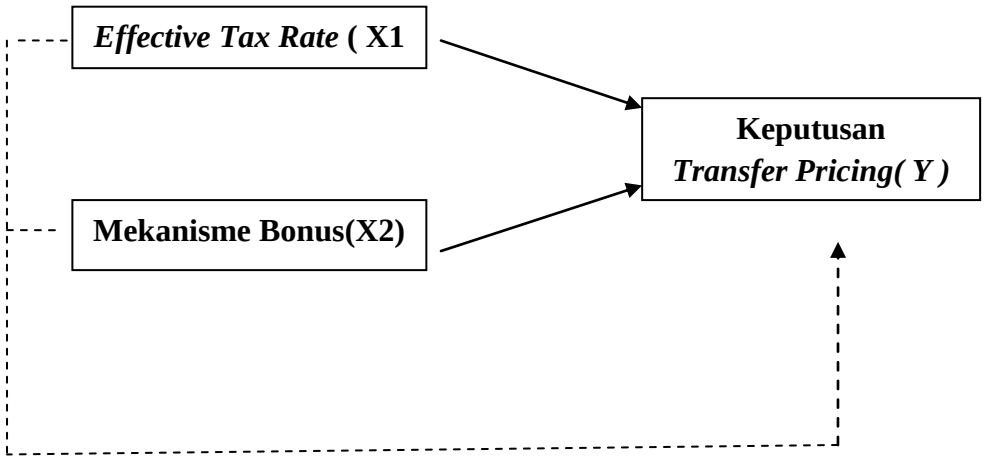
Dasar atau acuan berupa teori maupun temuan melalui berbagai hasil penelitian sebelumnya merupakan hal yang samgat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung.Oleh karena itu,penelitian melakukan langka kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa jurnal-jurnal melalui internet,berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menujukan bahwa sebagian besar menyatakan variable *transfer pricing* dapat mempengaruhi variable lain.Untuk memudahkan pemahaman tersebut terhadap bagian ini,dapat dilihat pada tabel berikut ini :

No	**Nama**	**Judul penelitian**	**Variabel Penelitian**	**Hasil**
1	Ni Wayan Yuniasih(2012)	Pengaruh Pajak dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur	Transfer pricing(Y) Pajak(X_1) *Tunneling Incentive*(X_2)	Pajak dan *Tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
2	Winda Hartati,dkk(2014)	Analisis pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhada keputusan *transfer pricing*	*Transfer pricing*(Y) Pajak($X_{1)}$) Mekanisme Bonus(X_2**)**	Pajak berpengarh terhadap keputusan *transfer pricing* ,Mekanisme Bonusberpeng

				aruh terhadap keputusan *transfer pricing*
3	Raudhatul Husna(2017)	Pengaruh pajak kepemilikan asing dan mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur	*Transfer pricing*(Y) Pajak (X_1) Kepemilikan Asing(X_2) Mekanisme Bonus(X_3)	Pajak tidak berpengaruhi terhadap *transfer pricing* ,Kepemilikan Asing berpengaru 12actor12y terhadap *transfer pricing*,dan Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*
4	Astrid Maharani (2019)	Dampak *Effective Tax Rate* (Etr), *Tunneling Incentive* (Tnc), Indeks Trend Laba Bersih (Itrendlb) Dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur	Transfer pricing(Y) Effective Tax Rate(X_1) *Tunneling Incentive(X_2)* Indeks Trend Laba Bersih (Itrendlb) (X_3) *Exchange*	*Effective Tax Rate* (Etr), *Tunneling Incentive* (Tnc), Indeks Trend Laba Bersih (Itrendlb) Dan *Exchange Rate* sangat

5	AA Ngurah Dharma Adi Putra dan Putu vivi Lestari(2016)	Pengaruh kebijakan Deviden,Likuiditas,Pofitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	*Rate(X_4)*Deviden(X1) Likuiditas(X2)Profitabilitas(X3),Ukuran Perusahaan(X4)dan Niliai perusahaan(Y)	berpengaruh terhadap *transfer pricing* Pengaruh kebijakan Deviden,Likuiditas,Pofitabilitas dan ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Akhmad Darmawan(2020)	Pengaruhprofitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility*	Profitabilitas(Y) Leverage(X1) Corporate social responsibility(X2)	Pengaruh profitabilitas, 13actor13y sangat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Kerangka konseptual



Keterangan :

Parsial ————

Simultan - - - - - - - - -

2,6. Hipotesis

2.6.1. Hubungan *Effective Tax Rate* dengan *Transfer pricing*

Effective Tax Rate merupakan pembayaran sejumlah pajak yang tinggi , adanya kepemilikan saham yang terkonsentrasi, nilai tukar yang melemah dan adanya rekayasa laba guna mendapatkan bonus yang tinggi.harga transfer mampu menjadi solusi ketika perusahaan menghadapi keadaan tersebu,disisi lain pihak yang dirugikan kususnya Negara.*Effective Tax Rate* merupakan proksi dari pajak. Menurut Mardiasmo(2002:1)pajak merupakan iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan UU(yang dapat dipaksakan)dengan tidak mendapat jasa 14actor14 balik(kontraprestasi)yang langsung dapat ditunjukan digunaka untuk pembayaran pengeluaran umum.Salah satu perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak.Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*,dalam kegiatan transfer pricing perusahaan multinasional dengan beberapa

cabang diberbagai Negara cenderung menggeser kewaiban perpajakan dari Negara yang memiliki 15actor pajak yang tinggi ke Negara yang mempunyai factor pajak yang rendah.Sehingga semakin tinggi factor pajak suatu Negara maka akan semakin besar perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di Negara yang mempunyai factor pajak yang rendah atau sedikit.Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bernard,Schoot dan Jensen(2006)mengemukakan bahwa ETR berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* .penelitian yang dilakukan olehYuniasi,Rasmini,danwirakusuma(2011),hospari(2015),Hartati,Desmiyawati,s erta Azlina(2014)menunjukan bahwa pajak berpengaru terhadap kebijakan harga transfer(*transfer pricing*) Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1:Dampak *Effective Tax Rate* (ETR) terhadap keputusan *transfer pricing* berpengaruh signifikan

2.6.2.Hubungan Mekanisme Bonus dengan *Transfer pricing*

Mengingat bahwa Mekanisme bonusberdasarkan pada besarnya laba,maka cara yang paling popular dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer didasarkan pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan ,sehingga para mamajer dan direksi akan memilih prosedur akuntansi yang dapat memaksimalkan penerimaan laba perusahaan sehingga para manajer mendapatkan bonus yang maksimal juga.Para direksi dalam menjalani tugasnya cenderung ingin menunjukan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan guna memperoleh penghargaan.Penghargaan itu dapat berupa bonusyang diberikan berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelolah perusahaan.Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan ,maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan(Mispiyanti,2015)Praktik akuntansi yang berlangsung akan berfokus pada angka-angka akuntansi yang akan diciptakan supaya kinerjanya baik,sehingga akuntabilitas dari angka akuntansi yang di bentuk dikesampingkan ,maka praktik *transfer pricing* factor15 dalam akuntansi menjadi hal yang wajar.Bonus yang ada dalam suatu perusahaan akan menciptakan insentif bagi manajemen untuk meningkat *present value* dari penerimaan bonus mereka (Watts

dan Zimmerman,1978 dalam Mispiyanti,2015)sehingga manajer lebih menyukai metode akuntansi yang meningkatkan laba periode berjalan.

Hartati,dkk(2004)mengungkapkan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh terhadsap keputusan *transfer pricing* .Besarnya Mekanisme bonus dilihat dari indeks tren laba bersih akan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* .Dalam member bonus kepada direksi ,pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelolah perusahaan ,dalam hal ini pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian kinerja bagi para direksinya .Untuk itu para direksi akan berusahaan semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*

Berdasarkan analisis dan teori diatas maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

H 2 :Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*

2.6.3.Hubungan *Effective Tax Rate* dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer pricing*

Hasil analisis menunjukan bahwa *Effective Tax Rate* dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer pricing* secara bersama-sama atau simultan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H 3 :*Effective Tax Rate* dan Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*