

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Keagenan (*Agency Theory*) dan Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Jensen dan Meckling (1976, diacu dalam Warno dan Fahmi, 2020) berpendapat bahwa teori keagenan adalah hubungan antara prinsipal sebagai pemilik perusahaan dan agen yang ditunjuk untuk melaksanakan serangkaian pekerjaan dan wewenang untuk mengambil keputusan. Teori ini berfokus pada potensi konflik kepentingan karena agen cenderung memaksimalkan kepentingan pribadi, yang tidak selalu sejalan dengan kepentingan prinsipal.

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen dalam suatu kontrak kerjasama yang disebut *nexus of contract*. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak atau diberi wewenang oleh pemegang saham (*investor*) untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham, karena dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham⁵.

⁵Santiarsi¹, Andi Nurwanah², Roslina Alam³, *Studi Fenomenologi: Pencegahan Fraud Pada Pt. Permodalan Nasional Madani Ventura Syariah Cabang Makassar*, Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL), Volume 5 No.2, Agustus 2025

Menurut Eisenhardt (1989), teori keagenan dilandasi oleh 3 (tiga) buah asumsi berikut ini :

- a. Asumsi tentang sifat manusia yaitu asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri (*self interest*) memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*), dan tidak menyukai risiko (*risk aversion*)
- b. Asumsi tentang keorganisasian yaitu asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktivitas, dan adanya *asymmetric* information antara prinsipal dan agen.
- c. Asumsi tentang informasi yaitu asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjual belikan.

Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (*Eisenhardt, 1989*). Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat (a) keinginan atau tujuan dari prinsipal dan agen berlawanan dan (b) merupakan suatu hal yang sulit atau mahal bagi prinsipal untuk melakukan verifikasi tentang apa yang telah benar-benar dilakukan oleh agen. Permasalahannya adalah bahwa prinsipal tidak dapat memverifikasi apakah *agent* telah melakukan sesuatu secara tepat. Kedua, adalah masalah pembagian risiko yang timbul pada saat prinsipal dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko, oleh karena itu dibuat

kontrak yang diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan prinsipal dan agen.

Legitimasi didefinisikan sebagai persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, tepat, atau sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang berlaku secara sosial (*Suchman, 1995*). Legitimasi bukan atribut statis melainkan proses dinamis yang harus terus diupayakan. Teori legitimasi berakar dari sosiologi (*Max Weber*) dan ilmu politik, kemudian diadopsi dalam studi organisasi. Perkembangan penting:

- a. *Weber* (1922): Membedakan legitimasi tradisional, karismatik, dan rasional-legal
- b. *Parsons* (1960): Legitimasi sebagai fungsi sistem sosial
- c. *Dowling & Pfeffer* (1975): Aplikasi awal dalam studi organisasi
- d. *Suchman* (1995): Kerangka komprehensif yang menjadi rujukan utama.

Berdasarkan penelitian *Mark C. Suchman* (1995), strategi legitimasi dibagi menjadi tiga jenis:

- a. Legitimasi Pragmatis (*Pragmatic Legitimacy*) yang berdasarkan pertukaran langsung dengan pemangku kepentingan.
- b. Legitimasi Moral (*Moral Legitimacy*) yang berdasarkan penilaian normatif apakah tindakan organisasi benar menurut nilai sosial.
- c. Legitimasi Kognitif (*Cognitive Legitimacy*) yang terjadi ketika

organisasi dianggap *taken for granted* (sudah seharusnya ada) atau tidak terpikirkan alternatifnya.

Praktik penghindaran pajak oleh agen (manajer) untuk meningkatkan laba bersih perusahaan demi mengoptimalkan bonus dapat menciptakan biaya agensi yang harus ditanggung prinsipal (pemilik perusahaan). Akibatnya, pemilik mungkin menghadapi risiko tambahan (seperti sanksi pajak atau kerusakan reputasi) yang dapat mengurangi nilai perusahaan secara keseluruhan.

B. Landasan Hukum

Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha diatur dalam peraturan perundang-undangan yaitu sebagai berikut :

1. Undang -undang tentang Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yaitu dalam Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan : Dalam hal Wajib Pajak mempunyai hubungan istimewa, maka Direktorat Jenderal Pajak dapat menentukan besarnya penghasilan kena pajak dengan menggunakan metode yang sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.
2. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 22/PMK.03/2020 tentang Pedoman Penentuan Harga Wajar dalam Transaksi Pihak yang

Mempunyai Hubungan Istimewa: "Harga wajar adalah harga yang digunakan dalam transaksi antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, dengan kondisi yang sama atau serupa."

3. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang Pedoman Penentuan Harga Wajar dalam Transaksi Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa: "Transaksi antara pihak-pihak yang terkait harus dilakukan dengan harga yang wajar dan sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha."
4. Peraturan menteri keuangan republik indonesia nomor 172 tahun 2023 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa.

PMK Nomor 172 Tahun 2023 adalah aturan baru dari Menteri Keuangan Republik Indonesia yang mengatur tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (PKKU) dalam transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa. Peraturan ini mulai berlaku pada 29 Desember 2023.

Secara ringkas, PMK 172/2023 merupakan "panduan transfer pricing" (The Indonesian Transfer Pricing Guidelines) yang komprehensif karena merangkum dan menggantikan tiga aturan sebelumnya sekaligus, yaitu PMK No. 213/2016, PMK No. 49/2019, dan PMK No. 22/2020. Aturan ini tidak hanya mengatur transaksi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa (afiliasi) secara

langsung, tetapi juga "transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa" . Artinya, transaksi dengan pihak independen (tidak afiliasi) bisa dianggap istimewa jika pihak afiliasi dari salah satu pihak yang bertransaksi menentukan lawan transaksi dan harganya. Peraturan ini memperkenalkan pendekatan yang lebih sistematis dalam menerapkan PKKU (Arm's Length Principle). Tahapannya meliputi :

- a. Analisis Pendahuluan: Untuk transaksi berisiko tinggi seperti jasa, intangibles, restrukturisasi usaha, dan transaksi keuangan.
- b. Analisis Industri dan FAR: Analisis mendalam terhadap industri serta Fungsi, Aset, dan Risiko (Function, Asset, Risk analysis).
- c. Analisis Kesebandingan: Preferensi diberikan pada data internal dibanding data eksternal .

PMK 172/2023 menetapkan hierarki metode yang lebih jelas. Metode Harga Beli Tidak Terkendali (CUP) menjadi prioritas utama. Jika tidak memungkinkan, barulah menggunakan metode lain seperti Resale Price Method atau Cost Plus Method.

PMK 172/2023 juga mengatur dokumentasi harga transfer (Dokumen Induk, Dokumen Lokal, dan Laporan Per Negara) tidak hanya wajib disimpan, tetapi harus sudah tersedia pada saat penyampaian SPT Tahunan. Jika tidak tersedia saat pemeriksaan,

akan dipresumsikan bahwa wajib pajak tidak mematuhi prinsip kewajaran (tidak wajar) . Aturan ini juga mempertegas bahwa analisis dalam dokumentasi harus didasarkan pada data yang tersedia pada saat transaksi dilakukan (ex-ante), bukan data setelah akhir tahun.

Salah satu perubahan penting dengan adanya aturan ini adalah adanya kepastian hukum terkait Corresponding Adjustment. Sebelumnya, potensi pajak berganda (double taxation) tinggi untuk transaksi domestik. Kini, aturan ini mengatur secara spesifik mekanisme penyesuaian untuk menghindari pengenaan pajak berganda dalam negeri, yang mana aturan ini mengikuti Pedoman OECD 2022, akan tetapi PMK ini secara eksplisit menambahkan "transaksi keuangan lainnya" (seperti cash pooling, derivatif, penjaminan) sebagai objek yang harus dianalisis kewajarannya.

5. Peraturan otoritas jasa keuangan republik indonesia nomor 42 /poj.04/2020 tentang transaksi afiliasi dan transaksi benturan kepentingan.
6. PSAK 7 tentang Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi telah disahkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan pada tanggal 19 Februari 2010 yang kemudian dirubah menjadi PSAK 224 disahkan pada 12 Desember 2022 dan berlaku efektif pada 1 Januari 2024. PSAK 7 adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan yang mengatur tentang Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi. Standar ini

bertujuan memastikan laporan keuangan menyajikan informasi yang relevan mengenai hubungan entitas dengan pihak-pihak berelasi, sehingga pengguna laporan dapat memahami potensi dampak hubungan tersebut terhadap posisi keuangan dan kinerja entitas.

Pihak berelasi dalam konteks PSAK 7 adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas pelapor , meliputi:

- a. Individu (orang) dan anggota keluarga terdekatnya, jika memiliki: pengendalian atau pengendalian bersama atas entitas pelapor, pengaruh signifikan terhadap entitas pelapor, posisi sebagai personal manajemen kunci entitas pelapor atau entitas induk.
- b. Entitas, jika memenuhi kondisi: anggota dari kelompok usaha yang sama, entitas asosiasi atau ventura bersama, sama-sama ventura bersama dari pihak ketiga yang sama, program imbalan pasca kerja untuk entitas pelapor, dikendalikan atau dikendalikan bersama oleh individu yang telah diidentifikasi.
- c. Personal manajemen kunci yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab merencanakan, memimpin, dan mengendalikan aktivitas entitas

Pernyataan ini diterapkan untuk mengidentifikasi hubungan dan transaksi dengan pihak berelasi, mengidentifikasi saldo, termasuk komitmen antara entitas dengan pihak berelasi, menentukan

pengungkapan yang diperlukan dengan tujuan pengungkapan hubungan dengan pihak berelasi dapat mempengaruhi laba rugi dan posisi keuangan entitas, karena transaksi dengan pihak berelasi mungkin tidak dilakukan dengan harga dan persyaratan yang sama seperti pihak tidak berelasi.

7. OECD Model *Tax Convention on Income and on Capital* menyatakan : "Transaksi antara pihak-pihak yang terkait harus dilakukan dengan harga yang wajar dan sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha."
8. *Article 9 OECD Model Tax Convention* menyatakan : "Dalam hal transaksi antara pihak-pihak yang terkait, maka harga yang digunakan harus sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha."

C. Hubungan Istimewa, Transaksi Afiliasi dan Harga transfer.

Harga Transfer (*Transfer pricing*) adalah konsep penting dalam akuntansi dan perpajakan yang didefinisikan sebagai penetapan harga dalam transaksi antar perusahaan yang berafiliasi atau memiliki hubungan istimewa. Menurut Turwanto, Primasari, dan Firmansyah (2022), *transfer pricing* adalah praktik yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk menentukan harga barang, jasa, atau aset tidak berwujud yang dijual antar perusahaan dalam satu grup, dengan tujuan meminimalkan beban pajak secara keseluruhan. Praktik ini sering kali melibatkan penjualan dengan

harga yang tidak wajar, yang mengakibatkan pengalihan laba dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah (Turwanto et al., 2022). Menurut Arham, Firmansyah, dan Nor (2020), *transfer pricing* juga diartikan sebagai alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola laba antar entitas afiliasi dengan memanfaatkan perbedaan aturan perpajakan di berbagai yurisdiksi. Mereka menyatakan bahwa *transfer pricing* sering kali digunakan untuk mengurangi kewajiban pajak secara keseluruhan dengan mengalihkan laba ke negara-negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai metode penetapan harga yang sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku di negara-negara tersebut (Arham et al., 2020). *Transfer pricing* menjadi relevan apabila terdapat hubungan istimewa dalam transaksi afiliasi perusahaan multinasional. Skema penghindaran pajak bisa terjadi melalui transaksi antar perusahaan dengan hubungan istimewa. Hal ini selaras dengan pendapat Beebeejaun (2018, dalam Murwaningsari dan Rachmawati, 2022) yang menyatakan bahwa transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa dapat digunakan sebagai sarana *transfer pricing* yang bertujuan mengurangi pajak perusahaan. Transaksi semacam ini diartikan sebagai “*transactions between two enterprises that are associated enterprises with respect to each other*” (Purkayastha, 2017, diacu dalam Murwaningsari dan

Rachmawati, 2022).

Berdasarkan definisi yang dicantumkan dalam PMK-172, hubungan istimewa merupakan keadaan ketergantungan atau keterikatan satu pihak dengan pihak lainnya. Satu atau lebih pihak mengendalikan pihak lain atau tidak berdiri bebas. Lebih lanjut, diatur dalam Pasal 18 ayat (4) UU PPh bahwa hubungan istimewa dianggap ada apabila memenuhi salah satu atau lebih dari tiga kriteria berikut:

1. kepemilikan/penyertaan modal,
2. penguasaan, dan
3. hubungan keluarga sedarah atau semenda.

Menurut Sirait dan Lubis (2023), transaksi afiliasi adalah transaksi yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang memiliki hubungan istimewa. Dilengkapi oleh pendapat Nekhili dan Cherif (2011, diacu dalam Suryana, 2021) transaksi afiliasi di dalam suatu perusahaan biasa terjadi dengan entitas lainnya yang memiliki hubungan tertentu, seperti dengan pemegang saham pengendali, direktur, manajer, dan di bawah pengendalian yang sama.

Transfer pricing adalah konsep penting dalam akuntansi dan perpajakan yang didefinisikan sebagai penetapan harga dalam transaksi antar perusahaan yang berafiliasi atau memiliki hubungan istimewa. Menurut Turwanto, Primasari, dan Firmansyah (2022), *transfer pricing* adalah praktik yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk menentukan harga barang, jasa, atau aset tidak

berwujud yang dijual antar perusahaan dalam satu grup, dengan tujuan meminimalkan beban pajak secara keseluruhan. Praktik ini sering kali melibatkan penjualan dengan harga yang tidak wajar, yang mengakibatkan pengalihan laba dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah (Turwanto et al., 2022).

Menurut Arham, Firmansyah, dan Nor (2020), *transfer pricing* juga diartikan sebagai alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola laba antar entitas afiliasi dengan memanfaatkan perbedaan aturan perpajakan di berbagai yurisdiksi. Mereka menyatakan bahwa *transfer pricing* sering kali digunakan untuk mengurangi kewajiban pajak secara keseluruhan dengan mengalihkan laba ke negara-negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai metode penetapan harga yang sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku di negara-negara tersebut (Arham et al., 2020). Maulana (2022) menjelaskan bahwa *transfer pricing* sering kali melibatkan transaksi antar perusahaan afiliasi yang berlokasi di negara berbeda, dengan tujuan utama untuk menggeser beban pajak dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Ia menekankan bahwa *transfer pricing* harus dilakukan berdasarkan prinsip kewajiban dan kelaziman usaha atau *arm's length principle*, yang berarti harga yang ditetapkan dalam transaksi tersebut harus mencerminkan harga

pasar yang berlaku jika transaksi tersebut dilakukan antara pihak-pihak yang tidak berafiliasi (Maulana, 2022).

D. Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's length principle*).

Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*) merupakan prinsip yang mengatur bahwa apabila kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa yang menjadi pembanding, maka harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa harus sama dengan atau berada dalam rentang harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa yang menjadi pembanding.

Harga wajar atau laba wajar adalah harga atau laba yang terjadi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi sebanding, atau harga atau laba yang ditentukan sebagai harga atau laba yang memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

Kewajiban penyusunan dokumentasi *transfer pricing* merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan pajak bagi perusahaan multinasional. Dokumentasi ini berfungsi untuk memberikan bukti yang cukup mengenai harga yang ditetapkan dalam transaksi antar

perusahaan yang terafiliasi, sehingga dapat menghindari sengketa dengan otoritas pajak. Dalam konteks ini, prinsip arm's length menjadi acuan utama, yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan dalam transaksi antar pihak yang terafiliasi harus sama dengan harga yang berlaku dalam transaksi antara pihak yang tidak terafiliasi (Direktorat Jenderal Pajak, 2018).

Penyusunan dokumentasi *transfer pricing* tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga merupakan strategi untuk mengurangi risiko pajak. Menurut OECD (2021), negara-negara anggota berupaya untuk menerapkan pedoman yang konsisten dalam penyusunan dokumentasi *transfer pricing* guna meningkatkan transparansi dan kepatuhan pajak. Hal ini penting agar perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka telah memenuhi kewajiban pajak secara adil dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Dokumentasi *transfer pricing* biasanya mencakup informasi mengenai struktur organisasi perusahaan, analisis fungsi yang dilakukan oleh masing-masing entitas, dan analisis pasar yang mendukung penetapan harga. Menurut Supriyadi (2020), dokumentasi yang baik harus mampu menjelaskan alasan di balik penetapan harga dan bagaimana harga tersebut ditentukan berdasarkan data pasar yang relevan. Hal ini akan sangat membantu dalam proses audit oleh otoritas pajak, serta mengurangi kemungkinan terjadinya sengketa.

Dalam praktiknya, banyak perusahaan yang menghadapi tantangan dalam menyusun dokumentasi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas transaksi yang dilakukan serta perbedaan regulasi antar negara. Sebuah studi oleh Widyastuti (2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara sering kali.

Kesebandingan merupakan kondisi transaksi afiliasi sebanding dengan kondisi transaksi *independen*. Faktor-faktor kesebandingan yaitu sebagai berikut :

- a. Persyaratan kontrak dari transaksi, dalam hal ini fungsi yang dilakukan oleh masing-masing pihak dalam transaksi, dengan mempertimbangkan aset yang digunakan dan risiko yang ditanggung, termasuk bagaimana fungsi tersebut terkait dengan penciptaan nilai yang lebih luas oleh grup perusahaan multinasional tempat para pihak berada, keadaan di sekitar transaksi, dan praktik industri.
- b. Karakteristik aset yang dialihkan atau layanan yang diberikan.
- c. Keadaan ekonomi para pihak dan pasar tempat para pihak beroperasi.
- d. Strategi bisnis yang digunakan oleh para pihak.

E. *Holding Company* (Perusahaan Induk)

Holding company atau perusahaan induk secara konsisten didefinisikan dalam berbagai literatur sebagai perusahaan utama

yang memiliki saham dan mengendalikan satu atau lebih perusahaan lain (anak perusahaan) yang tergabung dalam satu grup usaha . Berbeda dengan perusahaan operasional pada umumnya, fokus utama *holding company* bukan pada produksi barang atau jasa secara langsung, melainkan pada kepemilikan saham, pengarahannya strategi, dan pengelolaan grup secara kolektif.

Dalam perspektif yuridis, *group company* merupakan gabungan perusahaan-perusahaan yang secara hukum mandiri (*separate legal entity*) namun secara ekonomi membentuk satu kesatuan yang tunduk pada induk perusahaan sebagai pusat kendali . Dengan kata lain, *holding company* menciptakan situasi di mana terdapat kesatuan ekonomi namun *pluralitas yuridis*.

Indonesia belum memiliki regulasi khusus yang komprehensif mengenai *holding company* secara umum . Pendirian dan operasionalisasi *holding company* selama ini merujuk pada ketentuan umum Perseroan Terbatas, yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) .

Hubungan antara induk dan anak perusahaan tunduk pada prinsip *separate entity* dan tanggung jawab terbatas sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UUPT . Namun, dari sisi akuntansi dan keuangan, jika kepemilikan saham mencapai 50% atau lebih, laporan keuangan anak perusahaan umumnya dikonsolidasikan dengan laporan keuangan induk perusahaan .

Perkembangan regulasi signifikan terjadi di sektor jasa keuangan dengan diterbitkannya Peraturan OJK No. 30 Tahun 2024 tentang Konglomerasi Keuangan dan Perusahaan Induk Konglomerasi Keuangan. Regulasi ini mewajibkan pembentukan *holding company* bagi konglomerasi keuangan dengan aset tertentu dan untuk pertama kalinya mendefinisikan secara eksplisit perusahaan induk operasional dan non-operasional di sektor tersebut.

Holding company diklasifikasikan kedalam beberapa kategori berdasarkan tingkat keterlibatan dalam operasional dan struktur kepemilikan yaitu sebagai berikut :

1. Aktivitas operasional

- a. *Investment Holding Company*: Perusahaan induk yang kepemilikan sahamnya di anak perusahaan bersifat pasif sebagai investasi. Induk perusahaan jarang atau tidak terlibat dalam pengelolaan operasional harian anak perusahaan.
- b. *Operating Holding Company*: Perusahaan induk yang selain memiliki saham, juga aktif terlibat dalam pengawasan dan pengambilan keputusan strategis anak perusahaan. Kontrol dilakukan melalui mekanisme seperti hak *veto* (akibat kepemilikan saham mayoritas yang memenuhi *kuorum* RUPS) atau penempatan perwakilan di jajaran direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan

2. Struktur dan posisi

- a. *Pure Holding Company*: Hanya berfungsi sebagai kendaraan kepemilikan saham (sinonim dengan investment *holding*).
- b. *Mixed Holding Company*: Selain mengendalikan anak perusahaan, juga menjalankan kegiatan usaha sendiri (sinonim dengan operating *holding*).
- c. *Immediate Holding Company*: Perusahaan induk yang secara langsung memegang saham pengendali di anak perusahaan.
- d. *Intermediate Holding Company*: Perusahaan induk yang dimiliki oleh perusahaan induk lainnya (*holding* berjenjang), sering digunakan untuk tujuan efisiensi pajak atau menyederhanakan struktur organisasi yang kompleks.

Pembentukan *holding company* dapat dikategorikan ke dalam tiga motivasi utama :

1. Amanat regulasi atau kebijakan pemerintah. Hal ini umum terjadi pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di mana pemerintah membentuk *holding* untuk efisiensi, sinergi, dan penguatan daya saing di sektor-sektor strategis seperti perkebunan, pupuk, semen, dan pertambangan .
2. Strategi perusahaan untuk memperoleh manfaat ekonomi. Strategi ini dapat berupa integrasi vertikal, integrasi horizontal, maupun diversifikasi usaha untuk memperkuat posisi pasar . *Holding company* juga mempermudah proses akuisisi dan

ekspansi bisnis tanpa mengacaukan struktur operasional yang sudah ada.

3. Memperkuat nilai tambah perusahaan (value creation).
Tujuannya antara lain menguasai pangsa pasar, menghilangkan kompetisi internal antar anak perusahaan, serta menjamin pasokan bahan baku yang berkesinambungan .

Karakteristik utama *holding company* dalam kewenangan meliputi :

1. Memiliki anak perusahaan (minimal satu, umumnya lebih dari satu).
2. Memiliki saham di anak perusahaan, umumnya dalam jumlah mayoritas (sering disebut ambang batas 20-25% sebagai indikator pengaruh signifikan, dan >50% untuk pengendalian penuh).
3. Mampu mengendalikan arah kebijakan dan strategi bisnis anak perusahaan.

Wewenang *holding company* terutama bersifat strategis, bukan operasional harian, meliputi: penentuan strategi bisnis jangka panjang, pengelolaan dan pengawasan keuangan (termasuk persetujuan anggaran dan alokasi sumber daya), serta konsolidasi dan koordinasi laporan kinerja antar entitas .

F. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini :

Tabel 1 : Daftar Penelitian Terdahulu.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Refika Maulina Gultom, Resky Amelia Desta, Novitala Tampubolon, Sir Maryati (2025)	<i>Transfer pricing Strategi, Regulasi, Dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan</i>	Kebijakan harga transfer dipengaruhi oleh regulasi, ukuran perusahaan, serta profilabilitas
2	Rizky Kusuma Damayanti, Yuliastuti Rahayu (2021)	<i>Analisis Economic enefit dan Arm's length principle terhadap transaksi pemanfaatan jasa manajemen</i>	Perusahaan harus melakukan pengujian kewajaran sejak awal untuk menghindari sengketa. Database pihak ketiga (seperti <i>Transfer pricing Catalyst</i>) sangat membantu dalam analisis kesebandingan.
3	Muhammad Aburizal Al Maliki (2025)	<i>Studi Literatur : Analisis Penerapan Coretax dalam sistem perpajakan</i>	Penerapan <i>coretax</i> memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi administrasi perpajakan.
4	Sausan Fajriyati, Sunita Nurfalah, Indra Pahala, Puji Wahono	<i>Tax Manajemen Of Related Parties : A literature Review on Transfer pricing Practise and Regulation in Indonesia</i>	Regulasi <i>transfer pricing</i> di Indonesia telah mengadopsi standar internasional, namun implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan teknis dan administratif. Strategi proaktif seperti dokumentasi yang baik, penggunaan APA, dan penguatan kapasitas internal sangat penting untuk memastikan kepatuhan dan mengurangi risiko sengketa.
5	Ade Kurniawan Wahyu Hidayat, Inayati (2024)	Implementasi Sistem Pajak Inti : Dampak dan Tantangan terhadap Perpajakan Pendapatan di Indonesia.	Coretax merupakan terobosan strategis dalam modernisasi administrasi perpajakan Indonesia dimana Pada tahap awal, sistem ini masih menghadapi tantangan teknis dan adaptasi yang signifikan dan dengan perbaikan infrastruktur, pelatihan, dan manajemen

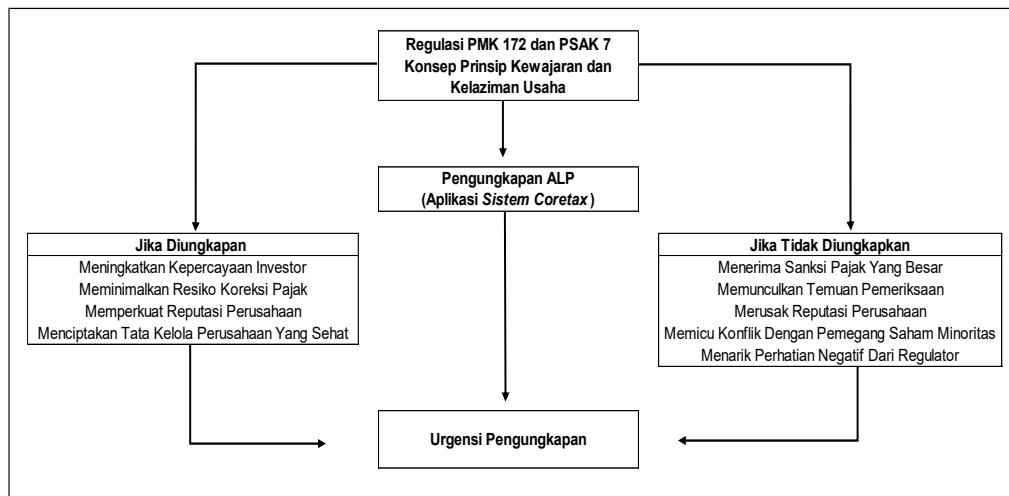
			transisi yang baik, Coretax berpotensi meningkatkan penerimaan pajak dan transparansi secara signifikan dalam jangka panjang.
6	Hilarious Oswaldo Paor, Hartono (2025)	Implementasi Kebijakan PMK 172/2023 Tentang Dokumentasi <i>Transfer pricing</i> dalam meningkatkan Transparansi Pelaporan Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia.	PMK 172/2023 berhasil meningkatkan transparansi dan kepatuhan pelaporan <i>transfer pricing</i> . Namun, kompleksitas dan ketidakseragaman interpretasi masih menjadi tantangan utama. Diperlukan pendekatan sistematis dan konsisten dari otoritas pajak dan wajib pajak agar kebijakan dapat diimplementasikan secara optimal.
7	Notika Rahmi, Pebriana Arimbhi, Vigo Satrio Hidayat (2025)	Analisis Manajemen Strategis Kebijakan Pembaharuan Coretax Andministration System(CTAS) dalam upaya penguatan reformasi administrasi perpajakan di Indonesia.	CTAS merupakan proyek strategis dalam reformasi administrasi perpajakan Indonesia. Persiapan implementasi sudah maksimal namun masih perlu penyempurnaan bertahap. Dukungan multi-pihak sangat penting untuk keberhasilan CTAS. CTAS diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan efisiensi administrasi perpajakan.
8	Villa Delpia, Ade Budi Setiawan,SE,MM	Transisi Sistem Pelaporan Pajak dari DJP Online Kecoretax pada PT. Anugerah Wijaya Maskot	Keberhasilan transisi sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal perusahaan, Manajemen memegang peranan krusial dalam implementasi sistem digital.
9	Anissa Komala, Laurens Vanessa Danarta, Yoan Yohana Tallane (2023)	Analisis <i>Transfer pricing</i> dan Good Corporate Governance dalam upaya praktik penghindaran pajak.	<i>Transfer pricing</i> mempunyai pengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.
		Analisis Implementasi	PT. Perusahaan Negara telah menerapkan PMK 213 Tentang jenis document dana atau informasi tambahan yang wajib disimpan oleh wajib pajak yang melakukan

10	Mohammad Iman Firmansyah, Winda Wulandari (2023)	kebijakan <i>transfer pricing</i> sebagai prinsip kewajaran dan kelaziman dalam transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada PT. Perusahaan Gas Negara Tbk (2023)	transaksi dengan para pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan tata cara pengelolaannya, dan telah melakukan upaya dengan cara melakukan koordinasi dengan satuan kerja yang terkait akan tetapi masih terdapat hambatan yang dialami adalah kurangnya SDM yang kuantitatif
11	Gisella Tanisha, Andang Wirawan Setiabudi (2024)	Study komparatif penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha pada transaksi afiliasi jasa manajemen sebelum dan sesudah berlakunya PMK No.172 Tahun 2023	PT XYZ dinilai telah mematuhi PKKU sebelum PMK-172 dimana perusahaan perlu perlu menyesuaikan kebijakan dan dokumentasi harga transfer sesuai PMK-172.
12	Wika Arsanti Putri (2017)	Prinsip Kewajaran Dan Dokumen Sebagai Penangkal Kecurangan <i>Transfer pricing</i> Di Indonesia	Faktor utama maraknya <i>transfer pricing</i> adalah rendahnya pemahaman Wajib Pajak dan lemahnya pengawasan DJP. Solusi efektif yang telah diimplementasikan adalah penerapan <i>arm's length principle</i> dan kewajiban dokumen 3 tingkat. Dokumen <i>transfer pricing</i> diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan mempersulit praktik pengalihan laba ilegal.

Sumber : Data diolah.

G. Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Data diolah

Gambar 2
Kerangka Konseptual Penelitian

- Penjelasan kerangka konseptual dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Fondasi dan Konteks (Input):

- a. Struktur *holding company* & transaksi afiliasi : ini adalah konteks spesifik penelitian. Struktur *holding company* yang kompleks dengan banyak transaksi antar perusahaan dalam grup (afiliasi) menciptakan potensi konflik kepentingan dan manipulasi laba. Ini adalah starting point yang memunculkan masalah.
- b. *Teori Agency dan Legitimacy* : *teori agency* menjelaskan konflik antara *principal* (pemilik/pemegang saham minoritas) dan *agent* (manajemen). Pengungkapan bertujuan mengurangi asimetri informasi ini. *Teori legitimacy* menekankan bahwa perusahaan perlu bertindak sesuai norma sosial dan hukum, termasuk dalam hal kewajiban transaksi, dan sebagai bentuk transparansi atas

penerapan laporan berdasarkan kewajaran dan kelaziman usaha.

- c. Regulasi Perpajakan yaitu PMK No. 172 Tahun 2023. dan PSAK 7 mengenai pengungkapan pihak-pihak berelasi/ regulasi (seperti UU PPh No. 36 Tahun 2008 (Pasal 18) dan PER Dirjen Pajak No. PER-69/PJ/2010 tentang pedoman teknis *Advance Pricing Agreement* (APA) untuk mencegah sengketa, sementara PSAK 7 (terutama yang terkait pengungkapan pihak berelasi) menuntut transparansi. Regulasi ini adalah "pemaksa" eksternal yang harus dipatuhi.

2. Prinsip Inti (Proses) :

Ketiga fondasi di atas mengarah pada satu prinsip inti: penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (alp). Alp berfungsi sebagai alat ukur objektif untuk memastikan bahwa transaksi afiliasi di PT. Andifa Zayeen Perkasa dilakukan secara wajar, seolah-olah dilakukan dengan pihak independen

3. Tindakan yang Diuji (Output) :

penerapan ALP yang baik harus diwujudkan dalam bentuk pengungkapan laporan ALP yang memadai dalam dokumentasi pajak (*Local File/Master File*) dan pengungkapan dalam laporan keuangan dan juga dalam hal pengungkapan pada spt tahunan badan perusahaan baik anak dan unit usaha wajib melampirkan dalam Aplikasi Sistem *Coretax*. Pengungkapan ini adalah variabel

utama yang akan dianalisis urgensi-nya.

4. Konsekuensi dan Analisis Urgensi (Outcome)

Urgensi dibangun dengan menganalisis dua skenario konsekuensi :

- a. Konsekuensi Positif (Jika Pengungkapan Dilakukan):
Meningkatkan kepercayaan investor, meminimalkan risiko koreksi pajak, memperkuat reputasi, dan menciptakan tata kelola yang sehat.
- b. Konsekuensi Negatif (Jika Pengungkapan Tidak Dilakukan):
Berpotensi menerima sanksi pajak yang besar, merusak reputasi, memicu konflik dengan pemegang saham minoritas, dan menarik perhatian negatif dari regulator.

5. Dimensi Urgensi (Kesimpulan):

Dari analisis kedua konsekuensi tersebut, maka urgensi peningkatan pengungkapan bagi PT. Andifa Zayeen Perkasa dapat dirumuskan dalam tiga dimensi utama:

- a. Dimensi kepatuhan pajak & mitigasi risiko: urgensi untuk menghindari kerugian finansial dan hukum yang signifikan.
- b. Dimensi tata kelola perusahaan & transparansi: urgensi untuk membangun sistem pengendalian dan akuntabilitas internal yang kuat.
- c. Dimensi perlindungan pemegang saham & reputasi: urgensi untuk mempertahankan kepercayaan pasar dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.