



Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Endah Laras Sati¹, Taufik Hidayat¹
larasatiendah09@gmail.com¹, taufikconsulting@yahoo.co.id¹
Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Abstract

This study aims to examine the effect of taxes, bonus mechanisms and tunneling incentives on indications of transfer pricing. The secondary data used in this study were obtained from accessing the web www.idx.co.id. The population of this research is the Manufacture of the Consumption of Goods Industry Sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. The sampling technique used is purposive sampling. The number of samples in this study found 75 observations. The data collection method used non-participant observation methods. Logistic regression is a data analysis technique used in this study. The results of this study conclude that the coefficient of determination is 0.940, meaning that Tax, Tunneling Incentive and Bonus Mechanism variables contribute or have an effect of 94% On Transfer Pricing while the remainder is explained by other variables. These results indicate that there are still many variables outside the study that can explain transfer pricing.

Keywords: *tax; bonus mechanism; tunneling incentive; transfer pricing*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Data sekunder dipergunakan dalam penelitian ini yang diperoleh dari mengakses web www.idx.co.id. Populasi penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 pengamatan. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi non participant. Regresi logistik merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa koefisien determinasi 0,940 artinya variabel Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus berkontribusi atau berpengaruh sebesar 94% Terhadap *Transfer Pricing* sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini menunjukkan masih banyak variabel di luar penelitian yang dapat menjelaskan *transfer pricing*.

Kata kunci: *pajak, mekanisme bonus, tunneling incentive, transfer pricing*



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Indonesia praktek *transfer pricing* dilakukan oleh PT Adaro Indonesia yang dilakukan pada tahun 2019. PT Adaro menjual batubara ke Coaltrade Services International Pte. Ltd. yang merupakan perusahaan afiliasi yang berada di Singapura. Harga transfer batubara tersebut berada di bawah harga pasar, lalu oleh Coaltrade batubara ini dijual kembali sesuai harga pasar. Tentu praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT Adaro ini sangat merugikan Indonesia karena pendapatan dan laba yang diperoleh PT Adaro di Indonesia menjadi lebih rendah. Praktek *transfer pricing* ini terungkap karena ada kecurigaan terhadap dokumen laporan keuangan Coaltrade pada tahun 2009 - 2017. Dimana dalam laporan keuangan tersebut, terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dari Adaro. Bagaimana mungkin ini terjadi mengingat Adaro memiliki tambang yang besar tetapi memperoleh laba yang lebih sedikit (merdeka.com, 2019)

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak, *Tunneling incentive*,

dan mekanisme bonus terhadap *Transfer pricing*?

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan, pengetahuan, serta ilmu akan hal auditing dan dijadikan referensi di perpustakaan yang mungkin akan membantu sebagai salah satu media atau contoh untuk bahan ajaran dosen.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi mengenai *Transfer Pricing* dan penerapan sistem teknologi informasi akuntansi pada saat ini serta memberikan gambaran langsung tentang keahlian seperti apa yang dibutuhkan untuk melakukan *transfer pricing*. Selain itu dapat menjadi bahan pemikiran dalam penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.
- c. Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan terutama mengenai *tax*, *bonus mechanism*, *tunneling incentive* dan *transfer pricing*.

Manfaat Praktis

1. Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan mengenai kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat mengurangi kecurangan maupun penyelewengan terhadap kebijakan *transfer pricing* di Indonesia.



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

2. Manajemen Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan pertimbangan dan masukan pihak manajemen mengenai *tax, bonus mechanism, Tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan, sehingga membantu dalam hal pengambilan keputusan dan etika dalam berbisnis.
3. Investor, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi serta dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan mengungkapkan hubungan antara dua pihak yaitu, pihak *agent*, dimana dalam hal ini adalah manajer perusahaan atau dewan direksi yang bertindak sebagai pembuat keputusan dalam menjalankan perusahaan dan pihak *principal*, yaitu pemilik perusahaan atau pemegang saham yang mengevaluasi informasi maupun mengelola jalannya perusahaan (Deanti, 2017). Hubungan keagenan (*agency relationship*) ada ketika terdapat satu atau lebih prinsipal yang memperkerjakan agen untuk memberikan layanan atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Zahra dkk, 2018). Teori *agency* mengungkapkan adanya kontrak antara pemilik sumber daya yakni pemegang saham dan manajer untuk menggunakan serta

mengendalikan sumber daya tersebut. Penyerahan wewenang oleh prinsipal kepada agen selaku pengelola perusahaan dapat menimbulkan masalah informasi asimetris. Konflik yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi menyebabkan manajer memiliki informasi lebih banyak daripada pemegang saham (Jafri dan Mustikasari, 2018).

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal pertama kali di cetuskan oleh Akerlof pada tahun 1970 pada hasil karyanya yang berjudul “*The Market Lemons*”. Pemikiran Akerlof tersebut

kemudian dikembangkan oleh Spence pada tahun 1973 dalam model keseimbangan sinyal (*basic equilibrium signaling model*) (Karen dan Susanti, 2019). Brigham dan Houston (2011) dalam Novalian dan Nindito (2016) merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen suatu perusahaan memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan. Teori sinyal merupakan sinyal-sinyal informasi yang diperlukan oleh investor untuk mempertimbangkan apakah akan melakukan investasi di perusahaan tersebut, dimana informasi mengenai perubahan harga dan jumlah saham akan menjadi informasi penting yang akan memberikan manfaat bagi investor untuk mengambil keputusan (Khairudin dan Wandita, 2017 dalam Karen dan Susanti, 2019).

Pengumuman informasi akuntansi memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik atau buruk di masa mendatang. Apabila informasi keuangan memiliki penilaian yang baik, maka informasi yang diterima investor merupakan kabar baik sehingga investor akan tertarik untuk



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

melakukan investasi dan berujung pada perubahan harga saham. Sebaliknya bila informasi keuangan menunjukkan penilaian yang buruk, maka informasi yang akan diterima oleh investor adalah kabar buruk dan dapat mempengaruhi penjualan serta harga 20 saham (Khairudin dan Wandita, 2017 dalam Karen dan Susanti, 2019). Menurut Novi, Ask dan Sudaryanti (2020), pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan mengidentifikasi sinyal baik (good news), maka harga saham dapat meningkat. Namun jika sinyal buruk (bad news) berakibat harga saham dapat mengalami penurunan. Godfrey, dkk (2010) dalam Novalia dan Nindito (2016) menjelaskan ada konsekuensi logis dari teori sinyal, bahwa ada insentif bagi semua manajer yang memberikan sinyal mengenai keuntungan yang diperoleh di masa depan karena jika investor mempercayai sinyal tersebut, maka harga saham akan meningkat dan pemegang saham akan mendapatkan keuntungan.

Novilian dan Nindito (2016), salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh

pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar perusahaan. Tujuan dari teori signal adalah diharapkan akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi sehingga nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Signaling theory* menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan berusaha menyakinkan investor dengan menunjukkan laba perusahaan yang tinggi, yang berarti kemakmuran perusahaan bagus sehingga investor akan tertarik dan merespon positif dan harga perusahaan akan meningkat (Rochmah dan Fitria, 2017).

Pajak

Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan: “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”.

Pajak sudah tidak asing lagi. Karena pajak merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh orang pribadi maupun badan usaha. Dari segi perspektif ekonomi, pajak dapat dipahami sebagai pemindahan sumber daya atau kepemilikan pribadi ke sektor neraca (publik). Dari segi perspektif hukum, pajak merupakan suatu perikatan yang timbul atas dasar undang-undang yang menyebabkan kewajiban bagi warga negara untuk menyetorkan sebagian penghasilannya



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

kepada negara dimana negara mempunyai kewenangan untuk memaksa yang nantinya uang pajak yang diperoleh akan digunakan untuk penyelenggaraan pemerintah (Indriaswari, 2017)

Waluyo (2011: 2) dalam Hartati, dkk. (2015) pajak biasa diartikan sebagai iuran yang dikeluarkan oleh yang wajib membayar kepada negara sesuai dengan peraturan yang berlaku. Prestasi yang diperoleh juga tidak bisa diterima langsung. Tetapi pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara akan dibiayai oleh pajak.

Suandy (2011:9) dalam Saraswati dan Sujana (2017) Smeets mendefinisikan: “Pajak dibayarkan tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual, selain itu prestasi pemerintah melalui norma-norma umum dan memiliki sifat yang memaksa dengan maksud untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Variabel pajak diprokskan dengan rumus:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber: Anisa dan Wulandari, 2021

Tunneling Incentive

Wafiroh dan Hapsari (2016) kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Konglomerasi memberikan kontribusi besar dalam krisis ekonomi nasional yang sekaligus mendominasi perekonomian nasional, hal ini sering terjadi terutama di Indonesia. Pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lainnya sering dirugikan oleh pemegang saham kendali karena berpengaruh kuat yang

menyebabkan timbulnya resiko eksploitasi seperti karakteristik kelompok bisnis konglomerat. Kemampuan mengendalikan kegiatan bisnis pada satu pihak muncul akibat kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak pengendali yang akan menimbulkan kegiatan *tunneling*. *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dalam keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut. Wafiroh dan Hapsari (2016) tidak membagikan deviden, menjual aset atau sekuritas di bawah harga pasar dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki, dan kedudukan penting di perusahaan ditempati oleh anggota keluarga yang tidak memenuhi kualifikasi. Selain itu menurut Hartati, dkk (2015) dalam Mispianiti (2015) *Tunneling incentive* adalah melakukan transfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mayoritas namun apabila terdapat biaya yang keluar, pihak minoritas ikut menanggung biaya tersebut.

Mispianiti (2015) *Tunneling incentive* memiliki indikator dengan 20% atau lebih persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham yang berapa di negara lain dengan ketentuan memiliki tarif pajak lebih rendah dari Indonesia. Selain itu, sesuai dengan PSAK Nomor 15 pengaruh signifikan diperoleh dari presentase 20% atau lebih kepemilikan saham.

Variabel *Tunneling incentive* diproksikan dengan perhitungan:

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Sumber: Istiqomah, Baihaqi, 2020



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan melalui RUPS sesuai dengan perhitungan bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham yang memiliki kinerja yang baik setiap tahun dan apabila perusahaan memperoleh laba. Suryatiningsih (2009) dalam (Pramana (2014)).

Refgia (2017) mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Sebagaimana yang dinyatakan Purwanti (2010), *tantiem*/bonus akan dikeluarkan apabila perusahaan memperoleh laba, penghargaan akan diberikan pada saat RUPS kepada anggota direksi setiap tahunnya. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer di perusahaan dapat melakukan perekayasa terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal.

Mekanisme bonus menjadi salah satu penentuan perolehan laba, salah satu strategi atau motif perhitungan yang mempunyai tujuan untuk memberikan penghargaan kepada direksi sesuai dengan laba yang diperoleh (Mispianiti, 2015). Variabel mekanisme bonus dapat diukur dengan komponen perhitungan indeks trend

laba bersih. Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dihitung dengan cara:

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

Sumber: Istiqomah, Baihaqi, 2020

Transfer Pricing

Transaksi usaha akan muncul ketidakwajaran pada harga, biaya, atau imbalan yang disebabkan karena adanya hubungan istimewa. Istilah yang muncul secara universal hubungan transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa disebut dengan *Transfer pricing*. Transaksi ini dapat menimbulkan terjadinya pengalihan penghasilan yang menyebabkan dasar pengenaan pajak atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain dapat direkayasa. Dengan cara menekan keseluruhan jumlah pajak atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa (Hartati, dkk. 2014).

Transfer pricing adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu devisi yang di *transfer* ke devisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau terdapat hubungan istimewa dalam suatu perusahaan. Selain dapat terjadi pada devisi-devisi dalam suatu perusahaan *Transfer pricing* juga terjadi antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang terjadi di luar negeri.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, Kemampuan untuk mengendalikan pihak lain dan berpengaruh signifikan atas pihak lain dalam menentukan keputusan dapat disebut dengan hubungan istimewa. Tanpa menghiraukan suatu harga, dilakukan



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Mengalihkan sumber daya, kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan harga yang diperhitungkan.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan *Transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa di mana salah satu perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan (Nugraha, 2016).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang Pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya:

Kerangka Berpikir

Sapto Haryoko dikutip oleh Sugiyono (2016:60) kerangka Berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian berkenaan dengan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah deskriptif teoritis masing-masing variabel dengan argumentasi terhadap variasi besarnya variabel yang diteliti.

Uma sekarang sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono (2016:60) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor

yang baik yang memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel-variabel penelitian yang apa diteliti harus dijelaskan.
2. Kerangka Berpikir haruslah menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti, dan ada teori yang melandasi.
3. Kerangka Berpikir tersebut lebih selanjutnya perlu dinyatakan dalam bentuk diagram, sehingga masalah penelitian yang akan dicari jawabannya.

Pengembangan Hipotesis

(Sugiyono, 2017:80)

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”. Penelitian berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Aparatur perpajakan atau otoritas fiskal selalu menginginkan transaksi hubungan istimewa tetap berdasar pada prinsip kewajaran dan bersifat *arm's length*. Negara-negara berkembang tak terkecuali Indonesia telah meyakini bahwa perusahaan multinasional yang berdiri di Indonesia menggunakan celah-celah peraturan perpajakan yang ada di luar negeri untuk memindahkan pendapatan dan profit perusahaan ke luar negeri melalui praktik *transfer pricing* dengan berbagai macam cara, sanggahan, dan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

justifikasi atas manipulasi transaksi tersebut sehingga mengurangi pendapatan pajak Indonesia. Dalam praktek transfer pricing Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana, Pengaruh yang perlu difokuskan oleh aparat per pajak adalah afiliasi (*associated enterprises*) dan prinsip kewajaran atas transaksi tersebut (Mispiyanti, 2015).

Maka terbentuklah hipotesis, yaitu:

H₁: Diduga Pajak berpengaruh Terhadap *Transfer Pricing*

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Transaksi antarpihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *tunneling*. Dapat disimpulkan bahwa para pemilik saham mayoritas akan melakukan cara-cara yang dapat menghasilkan laba yang tinggi dan mengorbankan hak-hak pemegang saham minoritas. Salah satu caranya adalah dengan *transfer pricing*

Menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Karena apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih. Maka terbentuklah hipotesis, yaitu:

H₂: Diduga *Tunneling incentive* berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Pemilik biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi. Sebagian perusahaan menggunakan bonus plan dan beberapa perusahaan tidak menerapkan praktek ini. Dalam bonus *plan hypothesis*, manajer perusahaan pada dasarnya menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya dengan mengubah laba yang dilaporkan. Untuk memaksimalkan laba periode ini, maka manajer harus menyesuaikan dengan prosedur akuntansi yang diterapkan apabila ada rencana pemberian bonus oleh pemilik. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba perusahaan secara keseluruhan maka logis bila manajer melaporkan laba bersih yang tinggi.

Komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih, maka manajer leluasa memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan praktek *transfer pricing*. Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan oleh pemilik kepada direksi. Oleh sebab itu, praktek *transfer pricing* dipilih oleh direksi untuk memaksimalkan laba perusahaan. Hartati dkk. (2014) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa pemilik perusahaan akan mempertimbangkan pencapaian laba perusahaan yang dicapai secara keseluruhan untuk melakukan penilaian atas prestasi kerja direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin menaikkan laba perusahaan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

secara keseluruhan dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Maka terbentuklah hipotesis, yaitu:

H₃: Diduga Mekanisme bonus berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Peneliti telah mencoba meneliti tentang hubungan pajak pada *transfer pricing*, diantaranya oleh Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014), Syamsuddin (2014), dan Noviaastika dkk. (2016) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian dari Tan (2014), dan Marfiah (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali menguji pengaruh pajak pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Di samping motivasi untuk menurunkan pajak, mekanisme bonus juga mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Mekanisme pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merencanakan laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan bonus *plan hypothesis* di mana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktek *transfer pricing*. Hartati (2014) menyatakan bahwa ketika pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, maka logis jika direksi berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima.

Beberapa penelitian tentang mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* telah dilakukan, diantaranya Hartati (2014) yang menemukan bahwa mekanisme bonus mempunyai hubungan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2014), dan Mispiyanti (2015) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara mekanisme bonus pada indikasi *transfer pricing*.

Penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan oleh Noviaastika dkk. (2016) yang menemukan *tunneling incentive* mempunyai hubungan positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Alasan penggunaan perusahaan manufaktur sebagai sampel karena sebagian besar atau sebanyak 55,3% perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015 modalnya berasal dari penanaman modal asing dengan kepemilikan saham melebihi 20% sehingga mempunyai hubungan intern yang cukup penting dengan induk perusahaan di luar negeri (Data Sekunder Diolah Noviaastika dkk, 2016).

Penggunaan periode penelitian tahun 2018 hingga 2020 dikarenakan adanya penerapan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 yang mengatur transaksi hubungan istimewa haruslah memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang mulai efektif diberlakukan pada November 2011, sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* setelah diberlakukannya peraturan tersebut. Selain itu, data yang digunakan lebih baru dan lebih menggambarkan perkembangan terbaru mengenai transaksi *transfer pricing*.



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan *empirical evidence* mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap indikasi *transfer pricing* sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan oleh pemerintah, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*.

Maka terbentuklah hipotesis, yaitu:

H₄: Diduga secara Simultan Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus berpengaruh Terhadap Transfer Pricing

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif, yaitu untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala

Lokasi Penelitian

Data sehubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dapat di unduh di link: www.idx.co.id.

Operasional Variabel Penelitian

Data sehubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam

penelitian ini, penulis mengambil data dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dapat di unduh di link: www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono (2013:219). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Perusahaan yang sudah terdaftar di BEI dalam sub sektor Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi, yang berjumlah 53 perusahaan dimana jumlah pengambilan sampel yang akan digunakan menggunakan teknik *purposive sampling* yang memenuhi kriteria di website www.idx.co.id.

Sampel

Sugiyono (2013:219) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

(Sugiyono, 2013:219), *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *sampling purposive* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
2. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan per 31 Desember secara konsisten dan lengkap selama tahun pengamatan yaitu 2018-2020.
3. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah selama tahun pengamatan yaitu 2018-2020.
4. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang tidak mengalami kerugian selama tahun pengamatan yaitu 2018-2020.
5. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang menyediakan informasi lengkap mengenai variabel-variabel terkait selama tahun pengamatan yaitu 2018-2020.
6. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan kurang dari 20% selama tahun pengamatan 2018-2020

7. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang mendapatkan laba bersih di atas 200 Milyar dalam setahun selama tahun pengamatan yaitu 2018-2020.

Metode pengumpulan data

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang menghimpun informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang merupakan suatu teknik atau metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan cara menggunakan data yang ada dalam perusahaan yang berupa laporan keuangan perusahaan dan gambaran umum perusahaan

Indriaswari (2017) teknik pengambilan data dengan cara mencatat, mengumpulkan, dan mengkaji data laporan keuangan merupakan metode pengumpulan data dengan teknik dokumenter.

Data laporan keuangan tahunan maupun *annual report* yang termasuk sampel didapatkan dari Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data untuk menentukan sampel dilakukan dengan cara menelusuri data angka yang diperoleh dari laporan tahunan

Metode analisis data

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang menghimpun informasi untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang merupakan suatu teknik atau metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan cara menggunakan data



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

	TP _{-Y}	P _{-X1}	TNC _{-X2}	MB _{-X3}
Mean	0.37 0832	0.26 9361	0.52 5333	1.09 1699
Median	0.09 5231	0.24 8971	0.47 0000	1.00 0005
Maximum	1.14 1067	0.96 2060	0.87 0000	1.03 2258
Minimum	0.00 0000	0.03 2015	0.26 0000	0.24 0000
Std. Dev.	0.41 0552	0.11 7343	0.23 9827	0.11 5857
Observations	42	42	42	42

Sumber : Hasil *Output*
Eviews 10

yang ada dalam perusahaan yang berupa laporan keuangan perusahaan dan gambaran umum perusahaan

Indriaswari (2017) teknik pengambilan data dengan cara mencatat, mengumpulkan, dan mengkaji data laporan keuangan merupakan metode pengumpulan data dengan teknik dokumenter.

Data laporan keuangan tahunan maupun *annual report* yang termasuk sampel didapatkan dari Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data untuk menentukan sampel dilakukan dengan cara menelusuri data angka yang diperoleh dari laporan tahunan

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Deskripsi data statistik seluruh variabel yang digunakan dalam

penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada Tabel di atas, dapat diketahui besarnya Transfer Pricing berkisar antara 0 hingga 1,14 dengan nilai mean sebesar 0,37 dan standar deviasi sebesar 0,410. Besarnya Pajak berkisar antara 0,26 hingga 0,96 dengan nilai mean sebesar 0,26 dan standar deviasi sebesar 0,11. besarnya *Tunneling Incentive* berkisar antara 0,52 hingga 0,26 dengan nilai mean sebesar 0,52 dan standar deviasi sebesar 0,23. besarnya Mekanisme Bonus berkisar antara 1,09 hingga 1,03 dengan nilai mean sebesar 1,09 dan standar deviasi sebesar 0,11.

Analisis Regresi Data Panel

Metode estimasi model regresi menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain model *Pooled Least Square* (PLS), *Fixe Effect Model* (FEM), atau *Random Effect Model* (REM). Dari tiga model regresi yang bisa digunakan untuk mengestimasi data panel, model regresi dengan hasil yang terbaiklah yang akan digunakan dalam menganalisis. Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui model terbaik yang akan digunakan dalam menganalisis apakah dengan model *Pooled Least Square* (PLS), *Fixe Effect Model* (FEM), atau *Random Effect Model* (REM), maka dilakukan pengujian terlebih dahulu menggunakan uji *Chow* dan uji *Hausman*.

Pengujian model

1. Uji *Chow*

Uji *chow* dilakukan untuk membandingkan atau memilih mana yang terbaik antara *Common Effect*



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

Model atau *Fixed Effect Model*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas (p) untuk Cross-Section F.

nilai $p > 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model*. Tetapi jika $p < 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	20.527486	(24,47)	0.0000
Cross-section Chi-square	203.763160	24	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:

Tabel uji *Chow* di atas, kedua nilai probabilitas *Cross Section F* dan *Chi square* yang lebih kecil dari Alpha 0,05 sehingga menolak hipotesis nol. Jadi menunjukan *fixed effect*, model yang terbaik digunakan adalah model dengan menggunakan metode *fixed effect*. Berdasarkan hasil uji *Chow* yang menolak hipotesis nol, maka pengujian data berlanjut ke Uji *Hausman*.

2. Uji Hausman

Uji *Hausman* dilakukan untuk membandingkan atau memilih mana model yang terbaik antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas (p) untuk Cross-Section Random. Jika nilai $p > 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Random Effect Model*. Tetapi jika $p <$

$0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 4. 3

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.5688833		0.7666

Sumber : Hasil *Output Eviews 10*

Nilai $p = 0,7666 > 0,05$, sehingga menolak hipotesis satu. Jadi berdasarkan uji *hausman*, model yang terbaik digunakan adalah model dengan menggunakan metode *Fixed Effect Model*.

3. Uji LM (Lagrange Multiplier)

Uji LM untuk mengetahui model *Random Effect* lebih baik daripada metode *Common Effect (OLS)* dan juga digunakan untuk memastikan model hasil *Fixed Effect* dan *Random Effect* yang tidak konsisten pada pengujian sebelumnya. Pada kasus menggunakan uji LM, sebab pada saat dilakukan Uji Hausman model yang cocok adalah model *Fixed Effect* dan Uji *Chow* yang cocok adalah model *Fixed Effect*. Maka uji LM tidak dilakukan

Tabel 4. 6

Kesimpulan Pengujian Model Regresi Data Panel

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji <i>Chow</i>	<i>Common Effect</i> Vs <i>Fixed Effect</i>	<i>Fixed Effect</i>
2	Uji <i>Hausman</i>	<i>Random</i>	<i>Fixed</i>



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

		<i>Effect</i>	<i>Effect</i>
		Vs	
		<i>Fixed Effect</i>	

Sumber : data diolah penulis (2022)

Uji Asumsi Klasik

Verbeek (2000), Gujarati (2003), Wibisono (2005), Aulia (2004:27) dalam buku Ajija dkk (2011:52) menyimpulkan bahwa “Keunggulan lain pada data panel yaitu data panel memiliki implikasi tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik”, maka data panel tidak membutuhkan pengujian asumsi klasik seperti normalitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Penjelasan lain mengapa tidak membutuhkan pengujian normalitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Uji normalitas hanya digunakan jika jumlah observasi adalah kurang dari 30, untuk mengetahui apakah *error term* mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi lebih dari 30, maka tidak perlu dilakukan uji normalitas karena distribusi sampling *error term* mendekati normal (Ajija dkk, 2011:42). Dalam penelitian ini menggunakan jumlah observasi 42 maka uji normalitas dapat diabaikan.
2. Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Metode *Generalized Least Square* (GLS) adalah sebuah metode untuk membuang autokorelasi urutan pertama pada sebuah estimasi persamaan regresi. Hal ini juga

ditegaskan oleh Sarwoko (2005:144), bahwa “penggunaan metode GLS dapat menekan adanya autokorelasi yang biasanya timbul dalam kesalahan estimasi varian sehingga dengan metode GLS masalah autokorelasi dapat diatasi.” Selain daripada itu, Gujarati (2003:450) juga menyatakan bahwa “penggunaan metode GLS dapat menekan autokorelasi yang biasanya timbul dalam rumus OLS (*Ordinary Least Square*) sebagai akibat dari kesalahan estimasi varians.

Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas suatu penelitian yang masih harus dibuktikan kebenarannya yaitu dengan cara melakukan pengujian lebih dalam terhadap variabel-variabel penelitian, sehingga akan mendapatkan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan. Dalam pengujian hipotesisnya, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji f.

Uji Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda yaitu teknik analisis yang menjelaskan tentang hubungan dan pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen, *pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus* terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Setelah didapatkan, hasil uji model yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*, maka hasil dari uji regresi berganda dari



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

Random Effect Model adalah seperti berikut ini:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi, Uji f Dan Uji t

Dependent Variable: TP_Y
Method: Panel Least Squares
Sample: 2018 2020
Periods included: 3
Cross-sections included: 14
Total panel (balanced) observations: 42

Variable	Coefficien t	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.615468	0.542750	1.13398	0.2626
P_X1	-0.653923	0.213834	3.05808	0.0037
TNC_X2	-0.036640	1.166265	0.03141	0.9751
MB_X3	-0.052930	0.154901	0.34170	0.7341

Effects
Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Root MSE	0.099395	R-squared	0.94059
Mean dependent t var	0.370832	Adjusted R-squared	0.90646
S.D. dependen	0.410552	S.E. of regression	0.12555

t var

Akaike info criterion	-1.032759	Sum squared resid	0.74095
Schwarz criterion	-0.167564	Log likelihood	66.7284
Hannan-Quinn criter.	-0.687296	F-statistic	27.5621
Durbin-Watson stat	2.733789	Prob(F-statistic)	0.00000

Sumber: Hasil *Output* Eviews 10

Hasil uji regresi berganda yang terdapat pada tabel hasil uji regresi linear berganda, maka selanjutnya angka pada *pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus* dan Konstanta dapat dirumuskan ke dalam

persamaan regresi berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = 0.615468 - 0.653923 - 0.036640 - 0.052930 x_3$$

Dari persamaan di atas, hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Konstanta *Transfer Pricing* = 0,615468 menunjukkan bahwa jika semua variabel independent tidak mengalami perubahan maka nilai *transfer pricing* sebesar 0,615468.
2. Koefisien Pajak sebesar 0.653923 Artinya dengan asumsi Pajak (tidak berubah), maka setiap peningkatan Pajak sebesar 1 satuan akan meningkatkan *Transfer Pricing* sebesar 0.653923.



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

3. Koefisien *Tunneling Incentive* sebesar 0.036640 Artinya dengan asumsi *Tunneling Incentive* (tidak berubah), maka setiap peningkatan *Tunneling Incentive* sebesar 1 satuan akan meningkatkan sebesar *Transfer Pricing* 0.036640.
4. Koefisien *Mekanisme Bonus* sebesar 0.052930 Artinya dengan asumsi *Mekanisme Bonus* (tidak berubah), maka setiap peningkatan *Mekanisme Bonus* sebesar 1 satuan akan meningkatkan *Transfer Pricing* sebesar 0,036640.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R – Squared* (Ghozali, 2016). Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2). Nilai R Square yang di dapat adalah sebesar 0,940 artinya variabel Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus berkontribusi atau berpengaruh sebesar 94% Terhadap *Transfer Pricing*

H_0 : Tidak ada pengaruh X terhadap Y (Prob > 0,05)

H_a : Terdapat Pengaruh X terhadap Y (Prob < 0,05)

Tabel 4. 8

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Adjusted R-squared</i>	0,940595
---------------------------	----------

Sumber: Hasil *Output* Eviews 10

Uji Parsial (Uji T)

Uji t dikenal sebagai Uji Koefisien Regresi Parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Parsial (t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.615468	0.5427501	1.1339800	0.2626
P_X1	-0.653923	0.2138343	-0.0580830	0.0037
TNC_X2	-0.036640	1.1662650	-0.0314170	0.9751
MB_X3	-0.052930	0.1549010	-0.3417040	0.7341

Sumber: Hasil *Output* Eviews 10

Tabel hasil uji parsial (t) diatas, dapat diartikan sebagai berikut:

a. Uji Parsial Variabel Pajak terhadap Trasfer Pricing

Nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,0037. Nilai $0,0037 < 0,05$ sehingga menolak H_1 dan menerima H_a . Jadi dapat disimpulkan bahwa Pajak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

b. Uji Parsial Variabel Tuneling Incentive terhadap Trasfer Pricing

Nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,9751. Nilai $0,9751 > 0,05$ sehingga menerima H_2 dan menolak H_a . Jadi dapat disimpulkan bahwa bahwa *Tunneling incentive* tidak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

c. Uji Parsial Variabel Mekanisme Bonus terhadap Trasfer Pricing

Nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,7341. Nilai $0,7341 > 0,05$ sehingga menerima H_3 dan



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

menolak H_0 . Jadi dapat disimpulkan bahwa mekanisme Bonus tidak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dikenal sebagai Uji Simultan, yaitu untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat signifikan atau tidak signifikan.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Simultan (f)

Cross-section variables)	fixed	(dummy variables)	
Root MSE	0.099395	R-squared	0.940595
Mean dependent var	0.370832	Adjusted R-squared	0.906469
S.D. dependent var	0.410552	S.E. of regression	0.125559
Akaike info-criterion	1.032759	Sum squared resid	0.740955
Schwarz criterion	-	Log likelihood	66.72848
Hannan-Quinn criter.	0.687296	F-statistic	27.56216
Durbin-Watson stat	2.733789	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Hasil *Output* Eviews 10

Nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,0000. Nilai 0,0000 < 0,05 sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Jadi dapat disimpulkan bahwa Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pembahasan Penelitian

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan beberapa hasil penelitian baik pada uji simultan maupun uji parsial. Hasil dari uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,0037. Nilai 0,0037 < 0,05 sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Jadi dapat disimpulkan bahwa H_1 di terima Pajak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Perusahaan melakukan praktik *Transfer Pricing* akan meningkat apabila suatu Negara menetapkan tarif pajak yang tinggi. Sehingga perusahaan yang mendapatkan laba tinggi tersebut yang berada di negara yang memiliki tarif pajak tinggi akan menggeser laba dan pendapatannya ke negara yang tergolong *low tax countries*.

Asimetri informasi yang terjadi antara pemegang saham dan pihak manajemen memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melaksanakan kegiatan yang tidak sepenuhnya diketahui oleh pemegang saham. Dalam hal ini, manajemen memanfaatkan celah peraturan perpajakan antar negara yang berbeda untuk melakukan praktek *transfer pricing* untuk menurunkan beban pajak. Penelitian ini konsisten dengan hasil dari penelitian Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014), Syamsuddin (2014), dan Noviasatika dkk. (2016). juga menyebutkan bahwa perusahaan multinasional mengurangi beban pajak global perusahaan mereka dengan melakukan *Transfer Pricing*. Namun hasil penelitian dari Marfuah (2014) menemukan hal yang berbeda yaitu tingginya tarif pajak yang ditetapkan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

sama sekali tidak mempengaruhi perusahaan dalam melakukan transaksi hubungan istimewa.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Nilai prob diketahui bahwa nilai prob adalah 0,9751. Nilai $0,9751 > 0,05$ sehingga menerima H_2 dan menolak H_a . Jadi dapat disimpulkan bahwa bahwa H_2 di tolak, *Tunneling Incentive* tidak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah kepemilikan asing yang besar belum tentu dapat membuat pemegang saham dalam posisi yang kuat untuk mengendalikan keputusan melakukan *tunneling* dalam praktik *transfer pricing*. Kegiatan ini dikarenakan adanya kesepakatan dalam perusahaan, baik operasi atau investasi yang harus dibicarakan dengan pemegang saham lain, terutama pada pemegang saham mayoritas. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Yuniasih, et al (2012), Saraswati dan Sujana (2017), dan Marfuah dan Azizah (2014) yang mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* namun Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noviasatika (2016). Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di Bursa harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan nilai prob. Diketahui bahwa nilai prob adalah 0,7341. Nilai $0,7341 > 0,05$ sehingga menerima H_3 dan menolak H_a . Jadi

dapat disimpulkan bahwa H_3 di tolak. Mekanisme Bonus tidak mempunyai pengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Tidak berpengaruhnya mekanisme bonus pada keputusan perusahaan dalam Melakukan *transfer pricing* dapat terjadi karena ketidakkonsistenan perusahaan manufaktur dalam menaikkan laba dari tahun ke tahun. Hal ini mungkin terjadi juga karena perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi memiliki mekanisme pengawasan *stake holder* yang baik.

Komite audit yang memiliki kapasitas dan pengalaman di bidang akuntansi keuangan sehingga mampu mendeteksi kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan sehingga dapat segera diperbaiki. (Ariyani dan Harto, 2014). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian dari Lo et al. (2010) yang menemukan transaksi *transfer pricing* dimanfaatkan oleh manajemen untuk menaikkan laba apabila ada sistem pemberian bonus berbasis laba yang diterapkan oleh perusahaan. Hartati dkk. (2014) juga menemukan bahwa penilaian prestasi kerja direksi akan menjadi dasar bagi pemilik perusahaan untuk memberikan bonus atas capaian laba perusahaan sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Namun, hasil penelitian ini sama dengan Mispiyanti (2015) dan Pramana (2014) yang menemukan bahwa mekanisme bonus tidak mempunyai hubungan pada *Transfer Pricing*.



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Variabel pajak berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*, dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain dengan tujuan untuk menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu entitas. Entitas melakukan transaksi hubungan istimewa dengan mentransfer kekayaan ke entitas lain yang berada di luar negeri untuk menurunkan laba sehingga dapat mengurangi beban pajak grup perusahaan.
2. Variabel mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa bonus yang diberikan pemilik perusahaan kepada direksi yang didasarkan atas besarnya laba yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan bonus *plan hypothesis* tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing*.
3. Variabel *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, di mana entitas dengan kepemilikan yang hanya dikuasai oleh beberapa pihak di mana pihak yang menguasai entitas ini cenderung bertindak yang hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan *tunneling incentive* dengan melakukan transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan manfaat privat yang diperoleh pemegang saham pengendali tetapi pemegang saham minoritas juga ikut menanggung beban dari transaksi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aharony, Joseph, Jiwei Wang dan Hongqi Yuan. 2010. *Tunneling as an incentive for earnings management during the IPO process in China*. *Journal of Accounting and Public Policy* 29 (1):1-26.
- Ahmad, Afridian Wirahadi dan Yossi Septriani. 2008. *Konflik Keagenan: Tinjauan Teoritis dan Cara Mengurangnya*. *Jurnal Akuntansi & Manajemen* 3 (2):47-55.
- Analysis of the Transfer pricing Behavior of Chinese-listed companies*.
- Barli, H. 2017. *Analisis Pengaruh Return on Assets, Pertumbuhan Laba dan Leverage terhadap Return Saham*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang* 4 (1)
- Estiyanti, Ni Made dan Gerianta Wirawan Yasa. 2012. *Pengaruh faktor keuangan dan non keuangan pada peringkat obligasi di Bursa Efek Indonesia*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gusnardi. 2009. *Penetapan Harga Transfer Dalam Kajian Perpajakan*. *Pekbis Jurnal* 1 (1):36-43.
- Hartati, Winda, Desmiyawati dan Julita. 2015. *Tax Minimization, Tunneling incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia*.



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

- Hartati, Winda, Desmiyawati dan Nur Azlina. 2014. *Analisis Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing*.
- Healy, Paul M. 1985. *The effect of bonus schemes on accounting decisions*. *Journal of accounting and economics* 7 (1-3):85-107.
- <http://miraseplita.blogspot.co.id/2013/03/rancangan-penelitian-kualitatif-dan.html>, 1985:226 [cited 14 Januari 2018. Available from.
- Indriaswari, Irpan. 2010. *Analisis pengaruh skema bonus direksi, jenis usaha profitabilitas perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap earning management; studi empiris pada persahaan manufaktur dan keuangan yang listing di BEI pada tahun 2008-2010*. UIN Syrif Hidayatullah Jakarta.
- Johnson, Simon, Rafael La Porta, Florencio Lopez-de-Silanes dan Andrei Shleifer. 2000. *Tunneling*. *American economic review* 90 (2):22-27.
- Journal of the American Taxation Association* 32 (2):1-26.
- Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 18 (2):156-165.
- Jurnal Universitas Udayana*.
- Lincoln dan Guba. 1985:226. *Rancangan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Lo, Agnes WY, Raymond MK Wong dan Michael Firth. 2010. *Tax, Financial*
- Mahlia, R Apriliani, H Holiawati. 2020. *Pengaruh likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas*. *Proceedings Universitas Pamulang* 1 (1) 1-8
- Mangoting, Yenni. 2004. *Aspek Perpajakan dalam Praktek Transfer pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2 (1):pp. 69-82.
- Marfuah dan Andri Puren Noor Azizah. 2016. *Pengaruh pajak, Tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan Transfer pricing perusahaan*.
- Millan, Mc dan Ibnu Hadjar. 1999:102. *Rancangan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. 1999:102 [cited 14 Januari 2018. Available from.
- Millan, Mc. cited 25 Januari 2017. Available from <http://miraseplita.blogspot.co.id/2013/03/rancangan-penelitian-kualitatif-dan.html>
- Mispiyanti. 2015. *Pengaruh Pajak, Tunneling incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Investasi* 16 (1):62-74.
- Pengujian Berbasis Teori Pensinyalan*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 11 (1):99-119.
- Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Reporting, and Tunneling incentives for Income Shifting: An Empirical*
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta, Hlm:80
- Tercatat Di BEI Periode 2008-2010*. *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara). 2014. *Implikasi Regulasi Pasar Modal terhadap Motif Manajemen Laba*.
- W Irawati, AK Sari. 2019. *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Dan Preferensi Resiko Terhadap*



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

- Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Akuntansi Bareleng 3 (2), 104-114*
- Yasfiana Nuril. 2017. *Pengaruh Pajak, Tunneling incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap*
- Keputusan Transfer pricing Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. STIE Perbanas Surabaya.*