

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE* DAN
MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Akuntansi



Oleh :

YASFIANA NURIL INDRIASWARI

N.I.M. : 2013310784

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

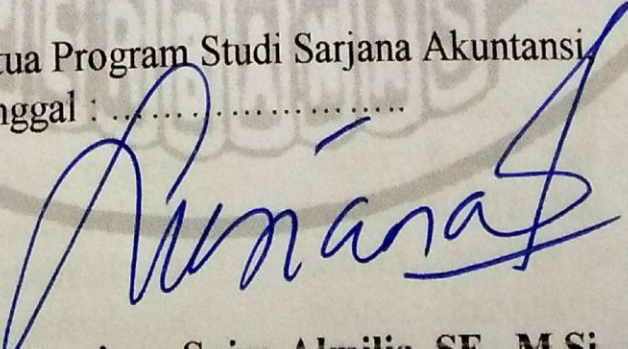
Nama : Yafiana Nuril Indriaswari
Tempat, Tanggal Lahir : Bangkalan, 03 April 1995
N.I.M : 2013310784
Program Studi : Akuntansi
Program pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 20- Feb- 2017.


(Riski Aprilia Nita, S.E., M.A)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,
Tanggal :


(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si., QIA., CPSAK)

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE* DAN
MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Yasfiana Nuril Indriaswari

STIE Perbanas Surabaya

Email : Yasfiananuril95@gmail.com

Jl. Nginden Semolo 32-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

Transfer pricing is a way that conducted by a multinational company to do tax avoidance. Concentrated ownership structure makes the majority shareholders tend to do the tunneling that could lost minority shareholders. The company that set bonus mechanism based on the profits will make management or the board of directors tend to a profit manipulation. The aim of this research is to analyze the influence of tax, tunneling incentive and bonus mechanism toward transfer pricing decision taken by manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. The sample used on this study is manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange for years 2012-2014 totaling 69 companies that the sample is taken by purposive sampling method. The analysis technique used on this study is a analysis binary logistic regression. The result of this study shows that tax and tunneling incentive have significantly effect on transfer pricing. Mechanism bonus is not significant to transfer pricing.

Keywords: Transfer pricing, tax, tunneling incentive, mechanism bonus

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang semakin cepat tanpa mengenal batas negara membuat arus transaksi perdagangan antarnegara juga semakin mudah dan lancar, dimana terlihat banyaknya perusahaan yang mulai memperluas pasarnya dengan mendirikan sebuah anak perusahaan di dalam negeri maupun di luar negeri. Hal ini secara tidak langsung menyebabkan terbentuknya perusahaan multinasional. Terbentuknya berbagai organisasi dan perjanjian seperti *Asean Economic Community* semakin mempermudah jalannya transaksi perdagangan tersebut. Perusahaan multinasional banyak melakukan transaksi dengan perusahaan relasinya di berbagai negara dengan tujuan memperoleh

keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dalam melaksanakan transaksi perdagangan, perusahaan multinasional akan menghadapi permasalahan dimana adanya perbedaan tarif pajak di setiap negara. Hal tersebut memicu perusahaan multinasional dalam memutuskan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* menyebabkan terjadinya masalah perekrayaan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa (Hartati *et al*, 2013). Secara umum, *transfer pricing* diartikan sebagai suatu kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga transfer terkait transaksi tertentu yang berupa barang, jasa, harta berwujud, dan sebagainya.

Permasalahan *transfer pricing* telah menjadi isu global yang menarik dalam otoritas perpajakan dan masih sulit untuk

diselesaikan oleh pemerintah karena adanya perbedaan kepentingan antara pelaku bisnis dengan kantor pajak di berbagai negara. Dari sisi pemerintah, praktik *transfer pricing* yang terjadi diyakini berpotensi mengurangi penerimaan pajak suatu negara sedangkan dari sisi bisnis, praktik *transfer pricing* menguntungkan bagi perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan beban dalam pembayaran pajak perusahaan.

Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional sudah beberapa kali terjadi di Indonesia. Salah satunya yaitu PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia dimana Direktorat Jenderal Pajak menduga bahwa perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak senilai 1,2 triliun melalui *transfer pricing*. PT Toyota diketahui melakukan ekspor barang ke luar negeri dengan harga jual di bawah nilai pasar.

Ada beberapa alasan perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing*. Salah satunya adalah motivasi pajak. Berdasarkan teori *political cost*, pemerintah mewajibkan suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak yang tentunya membuat perusahaan merasa mendapatkan tekanan karena harus secara rutin membayar pajak kepada negara sehingga manager perusahaan akan cenderung untuk memilih melakukan *transfer pricing* ke grup perusahaannya yang ada di negara lain agar pajak yang dibayar oleh perusahaan bisa seminimal mungkin.

Alasan kedua yang memungkinkan perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Berdasarkan teori agensi dimana pemegang saham pengendali asing berupaya untuk memperoleh pengembalian modal yang maksimal dari kepemilikannya yaitu dengan cara memerintah manajemen untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi berupa *transfer pricing* yang dapat merugikan pemegang saham non

pengendali. Pemegang saham pengendali asing secara bebas melakukan *tunneling* yaitu dengan menjual produk perusahaan di bawah harga pasar atau tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali.

Alasan ketiga yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Berdasarkan teori agensi, pemilik perusahaan menginginkan kinerja yang lebih baik dari direksinya guna meningkatkan profit perusahaan sedangkan direksi juga menginginkan hal serupa yaitu keuntungan berupa bonus atas kinerjanya. Besarnya laba dapat membuat para direksi akan menghalalkan segala cara untuk memperoleh bonus yang maksimal dengan memanipulasi laporan keuangan melalui *transfer pricing* antara pihak terkait.

Berdasarkan ulasan di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan karena adanya gap penelitian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015), menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et al* (2014), menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali mengenai “Analisis Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Agency Theory

Jensen dan Meckling (1967), menyatakan bahwa teori agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara manager sebagai agen dan pemegang saham sebagai *principal*. Hubungan tersebut terwujud ketika ada perjanjian atau kontrak antara satu pihak atau lebih *principal* dimana

principal memberi perintah kepada agen untuk melakukan jasa atas kepentingan *principal* dengan memberikan wewenang kepada agen untuk mengelola dan membuat keputusan yang terbaik bagi *principal* (Brundy, 2014:4).

Perusahaan yang dikelola oleh mereka bukan pemilik akan cenderung terdapat perbedaan keinginan, utilitas, serta kepentingan antara *principal* dengan agen. Agen cenderung mensejahterakan kepentingan dirinya sendiri dan mengenyampingkan kepentingan dari *principal*. Pada kondisi ini dapat dilihat bahwa baik agen maupun *principal* berupaya untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kesejahteraan sesuai kehendak mereka masing-masing.

Political Cost Theory

Teori biaya politik merupakan teori yang berhubungan dengan kebijakan dimana dalam teori ini dijelaskan bahwa semakin besar *political cost* yang ditanggung perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan manager untuk memilih metode atau prosedur akuntansi yang dapat menagguhkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang akan datang.

Hubungan teori biaya politik dengan *transfer pricing* adalah perusahaan-perusahaan yang berukuran besar mungkin akan dikenakan standar kinerja yang lebih tinggi terutama jika perusahaan juga memiliki kemampuan meraih profit yang tinggi, maka akan memperbesar biaya politik. Selain itu, adanya tekanan sosial dari pemerintah yang menuntut perusahaan untuk membayar pajak kepada negara juga membuat perusahaan melakukan *transfer pricing* guna meminimalkan pajak yang dibayarkan. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dengan memperkecil harga jual.

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atau transaksi barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer pricing* juga diartikan sebagai nilai yang melekat pada pengalihan barang maupun jasa dimana terjadi transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut Setiawan (2014), *transfer pricing* dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: (1) *intra-company*, dimana *transfer pricing* terjadi antar divisi dalam satu lingkup perusahaan; (2) *inter-company*, dimana *transfer pricing* terjadi antar perusahaan yang berbeda dalam negeri maupun luar negeri yang mempunyai hubungan istimewa.

Menurut Suandy (2011:76-77), kebijakan dalam menetapkan *transfer pricing* dipilih oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan secara global, mengamankan posisi kompetitif cabang perusahaan di mancanegara, mengontrol kredibilitas asosiasi, mengatur arus kas cabang perusahaan yang memadai, membina hubungan yang baik dengan administrasi setempat, mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, serta mengurangi risiko pengambilalihan oleh pemerintah.

Pajak

Pajak dapat diartikan sebagai iuran rakyat kepada kas negara yang dapat dipaksakan berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung. Berdasarkan UU Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), pengertian pajak adalah kontribusi wajib masyarakat baik orang pribadi maupun badan kepada negara yang terutang dan sifatnya memaksa dengan tidak mendapat imbalan secara langsung namun digunakan sepenuhnya untuk keperluan negara dan kemakmuran rakyat.

Dari segi perspektif ekonomi, pajak dapat dipahami sebagai pemindahan

sumber daya dari sektor privat ke sektor 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 kepada negara dimana negara mempunyai kewenangan untuk memaksa yang nantinya uang pajak yang diperoleh akan digunakan untuk penyelenggaraan pemerintahan.

Tarif Pajak Efektif

Tarif pajak adalah besarnya nilai yang digunakan untuk menentukan pajak terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak kepada pemerintah sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Tarif pajak efektif pada dasarnya merupakan sebuah presentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. *Effective tax rate* (ETR) dihitung berdasarkan informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga *effective tax rate* merupakan perhitungan tarif pajak perusahaan.

Tunneling Incentive

Menurut Hartati *et al* (2014), *tunneling incentive* merupakan perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer baik aset maupun laba perusahaan demi keuntungan pribadi mereka dengan penetapan biayanya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* muncul dalam dua bentuk (Johnson, 2002:22), yaitu pemegang saham pengendali dapat memindahkan seluruh sumber daya perusahaan pada dirinya sendiri melalui transaksi berelasi dan pemegang saham mayoritas dapat meningkatkan prospek atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham atau transaksi lainnya.

Menurut Mutamimah (2008), ada dua jenis struktur kepemilikan yang mencerminkan suatu konflik keagenan, yaitu struktur kepemilikan tersebar yaitu antara manajer dengan pemegang saham

dan struktur kepemilikan terkonsentrasi kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu baik keluarga, pemerintah, dan lain-lain sebagai pemegang saham pengendali.

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). Mekanisme bonus berdasarkan besarnya laba akan membuat direksi berupaya untuk melakukan manipulasi laba bahkan melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang diterimanya.

Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Setiap negara memiliki tarif pajak yang berbeda-beda sehingga hal tersebut akan membuat perusahaan multinasional yang melakukan perdagangan internasional berusaha mencari jalan untuk menghindari pembayaran pajak yang terlalu tinggi. Perusahaan multinasional akan terdorong untuk melakukan *transfer pricing* yaitu dengan menggeser kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang ada di negara-negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Semakin besar nilai tarif pajak efektif perusahaan, maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

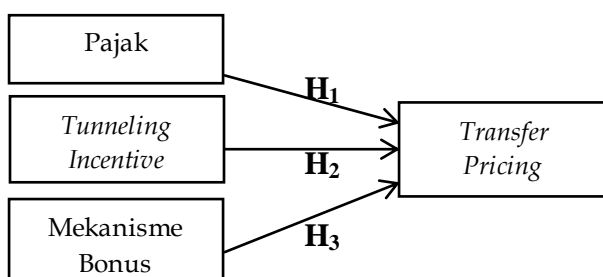
Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Struktur kepemilikan terkonsentrasi, kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol di pihak tertentu sebagai pemegang saham pengendali asing sehingga cenderung menimbulkan konflik kepentingan antara pemegang saham

pengendali asing dan manajemen dengan pemegang saham non pengendali. Hal ini akan menimbulkan kecenderungan bagi pemegang saham pengendali untuk menyalahgunakan hak kendali untuk kesejahteraannya sendiri dengan melakukan *tunneling* melalui transaksi pihak berelasi. Semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing, maka semakin besar pula pengaruh pemegang saham pengendali asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk kebijakan penentuan dalam melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara yang paling populer bagi pemilik perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksinya. Pemilik perusahaan menilai kinerja direksinya dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan sehingga para direksi akan berusaha meningkatkan laba perusahaan untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima dengan menghalalkan segala cara misalnya melakukan *transfer pricing*. Akibat dari transaksi ini, maka akan ada salah satu subunit perusahaan yang dirugikan. Jadi, semakin besar laba yang ditetapkan oleh pemilik perusahaan, maka semakin besar kemungkinan para direksi berusaha untuk memaksimalkan bonusnya dengan *transfer pricing*.



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu dan landasan teori. Maka hipotesis yang didapatkan sebagai berikut:

- H1 : Pajak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Transfer Pricing*
- H2 : *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Transfer Pricing*
- H3 : Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Transfer Pricing*.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian yang menganalisis data-data numerikal yang diaolah dengan metode statistik yang hasilnya akan diinterpretasikan untuk memperoleh suatu kesimpulan. Berdasarkan metodenya, penelitian ini tergolong dalam penelitian historis yaitu penelitian yang berkaitan dengan kejadian masa lampau berupa laporan keuangan masa lalu perusahaan yang sistematis dan objektif. Berdasarkan sumber datanya, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan sumber data sekunder yaitu data diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti laporan keuangan, jurnal, buku, dan lain-lain.

Identifikasi Variabel

Variabel dependen (Y) yaitu keputusan *transfer pricing*. Variabel independen (X) yaitu pajak (X1), *tunneling incentive* (X2), dan mekanisme bonus (X3).

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Transfer Pricing

Transfer pricing dalam penelitian ini adalah penjualan produk dari satu divisi ke divisi yang lain yang mempunyai hubungan istimewa dan berada di negara lain yang mempunyai tarif pajak lebih rendah dari Indonesia (Mispiyanti, 2015).

Transfer pricing dihitung dengan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat ada atau tidaknya penjualan terhadap pihak yang memiliki hubungan istimewa Menggunakan variabel *dummy*, bagi perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan penjualan kepada pihak berelasi yang berada di negara lain dengan tarif pajak lebih rendah dari Indonesia diberi nilai 1 sedangkan yang lainnya diberi nilai 0 (Mispiyanti, 2015).

Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara berdasarkan undang-undang sifatnya dapat dipaksakan tanpa adanya timbal balik secara langsung dimana kontribusi tersebut akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.

Menurut Hartati *et al* (2012), pajak diukur dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR) dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah perilaku dari pemegang saham pengendali yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri tetapi biaya dibebankan kepada pemegang saham non pengendali (Hartati *et al*, 2014).

Tunneling incentive diproksikan dengan pembagian dividen kepada pemegang saham perusahaan dengan menggunakan variabel *dummy* dimana perusahaan yang melakukan pembagian dividen diberi nilai 1 sedangkan perusahaan yang tidak melakukan pembagian dividen diberi nilai 0 (Wen Hung, 2014).

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi setiap tahun ketika memperoleh laba.

Mekanisme bonus diukur dengan menggunakan rumus indeks trend laba bersih yaitu dihitung berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun *t* terhadap laba bersih tahun *t-1* (Hartati *et al*, 2014).

$$\text{Indeks Trend laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih tahun } t}{\text{Laba Bersih tahun } t-1}$$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Teknik pengambilan sampel dari populasi tersebut diwakili dengan menggunakan *purposive sampling* yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (2) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan data laporan keuangan tahun 2012-2014; (3) Perusahaan manufaktur dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih sebagai pemegang saham pengendali; (4) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan; (5) Laporan keuangan perusahaan sampel tidak disajikan dalam mata uang asing.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Sifat dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumenter yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia serta dari berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan *transfer pricing*.

Teknik Analisis

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing* dengan menggunakan analisis regresi logistik. Rumus sebagai berikut:

$$Y = L_n \frac{P}{1-p} = b_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan:

L_n = *Transfer pricing*

P = Probabilitas perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*

b_0 = Konstanta

B = Koefisien

X_1 = Pajak

X_2 = *Tunneling Incentive*

X_3 = Mekanisme Bonus

e = error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing*, pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menjelaskan mengenai maksimum, minimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi pada variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini. Statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1, tabel 2, dan tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Analisis Deskriptif Pajak dan Mekanisme Bonus

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	69	.09	1.35	.2734	.16197
Mekanisme Bonus	69	-50.11	386.61	8.8807	48.47576
Valid N (listwise)	69				

Sumber : Data diolah

Tabel 4.2
Hasil Analisis Deskriptif *Transfer Pricing*

Descriptive Statistics					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	28	40.6	40.6	40.6
	1.00	41	59.4	59.4	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

Tabel 4.3
Hasil Analisis Deskriptif *Tunneling Incentive*

Descriptive Statistics					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.00	15	21.7	21.7	21.7
	1.00	54	78.3	78.3	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa secara deskriptif data sebagai berikut :

Tabel 1 menjelaskan nilai minimum, nilai maksimum, jumlah, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dari variabel pajak dan mekanisme bonus pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Pada variabel pajak terdapat rentang yaitu 0.09 hingga 1.35 antara minimum dan maksimum dari *effective tax rate* yang ada pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek.

Tabel 2 menjelaskan banyaknya perusahaan yang diindikasikan melakukan *transfer pricing* dan yang tidak melakukan *transfer pricing*. Terlihat dari seluruh total sampel, terdapat 41 sampel perusahaan yang diindikasi melakukan *transfer pricing*.

Tabel 3 menjelaskan banyaknya perusahaan yang melakukan *tunneling incentive* dalam hal pembagian dividen. Pada variabel *tunneling incentive* dalam penelitian ini ditunjukkan dengan variabel

dummy dimana seluruh sampel yang ada 69 objek observasi, 15 objek observasi tidak melakukan pembagian dividen dan 54 lainnya melakukan pembagian dividen.

Analisis Rgresi Logistik

-2 Log Likelihood

Uji model ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari $-2LogL$ awal pada *Block 0* sebelum dimasukkannya variabel independen dengan nilai dari $-2LogL$ pada *Block 1* setelah dimasukkannya variabel independen.

Dari hasil pengujian terlihat pada tabel 4 menunjukkan nilai $-2LogL$ pada *Block 0* adalah 93.191 sedangkan pada tabel 5 nilai $-2LogL$ pada *Block 1* adalah 83.715. Pada tabel tersebut terlihat bahwa terjadi penurunan nilai $-2LogL$ setelah dimasukkannya variabel independen dalam model regresi logistik sehingga model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Tabel 4.4
Likelihood L tanpa Variabel independen

Iteration History^{a,b,c}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	93.191	.377
	2	93.190	.381
	3	93.190	.381

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.5
Likelihood L dengan Variabel independen

Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients			
			Constant	P	TI	MB
Step 1	1	83.715	-1.352	3.288	1.032	.003
	2	79.874	-2.706	7.941	1.285	.004
	3	78.636	-3.795	12.302	1.318	.004
	4	78.528	-4.227	14.060	1.326	.004
	5	78.528	-4.260	14.187	1.329	.004
	6	78.528	-4.260	14.188	1.329	.004

Uji Nagelkerke's R Square

Nilai dari *Nagelkerke R Square* merupakan indikasi dari besaran koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.258 yang artinya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen adalah sebesar 25.8% sedangkan 74.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Tabel 4.6
Koefisien Determinasi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	78.528 ^a	.191	.258

Sumber: Data Diolah

Uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Uji *Hosmer dan Lemeshow's Goodness of Fit Test* digunakan untuk melihat ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai observasinya sebagai penentu apakah suatu model tersebut dapat memprediksi nilai observasinya dengan baik atau tidak.

Hasil perhitungan pada Hosmer dan Lemeshow Chi-square yang disajikan dalam tabel 7 menunjukkan nilai 2.205 dengan probabilitas signifikansi 0.974 yang nilainya lebih dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan mampu memprediksi nilai observasinya.

Tabel 4.7
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	2.205	8	.974

Sumber: Data Diolah

Uji Klasifikasi

Uji Ketepatan Klasifikasi bertujuan untuk menghitung nilai estimasi yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*). Berdasarkan hasil pengujian, kekuatan untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* adalah 92.7%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat 38 perusahaan yang diprediksi akan melakukan praktik *transfer pricing* dari total 41 perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing*. Kekuatan untuk memprediksi perusahaan yang tidak melakukan praktik *transfer pricing* adalah 42.9% yang berarti bahwa terdapat 12 perusahaan yang diprediksi tidak melakukan praktik *transfer pricing* dari total 36 perusahaan yang tidak melakukan praktik *transfer pricing*.

Tabel 4.8
Classification Table^a

	Observed	Predicted			
		Transfer Pricing		% Correct	
		.00	1.00		
Step 1	Transfer Pricing	.00	12	16	42.9
		1.00	3	38	92.7
	Overall Percentage				72.5

Sumber: Data Diolah

ANALISIS HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansi 0.10 atau 10%. Apabila nilai signifikansinya < 0.10, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya. Tabel 9 merupakan hasil uji koefisien regresi logistik yang menunjukkan tingkat pengaruh dari masing-masing variabel independen pada variabel dependennya.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Logistik

Variables in the Equation						
		B	S.E.	Wald	Df	Sig.
Step 1 ^a	P	14.188	5.909	5.765	1	.016
	TI	1.329	.739	3.233	1	.072
	MB	.004	.009	.164	1	.686
	Constant	-4.260	1.675	6.471	1	.011

Berdasarkan hasil dari Tabel 9, maka dapat disimpulkan hasil pengujian terhadap koefisien regresi logistik dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

$$TP = -4.260 + 14.188P + 1.329TI + 0.004MB$$

Pada variabel pajak diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.016 seperti yang terlihat pada tabel 9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi variabel pajak $0.016 < 0.05 < 0.10$ yang artinya H1 diterima sehingga diperoleh kesimpulan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pada variabel *tunneling incentive* diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.072 seperti yang terlihat pada tabel 9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi variabel *tunneling incentive* $0.072 < 0.10$ yang artinya H2 diterima sehingga diperoleh kesimpulan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pada variabel mekanisme bonus diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.686 seperti yang terlihat pada tabel 9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi variabel mekanisme bonus $0.686 > 0.10$ yang artinya H3 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan bahwa mekanisme bonus tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *effective tax rate* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Tarif pajak menjadi salah satu alasan bagi banyak perusahaan multinasional dalam melakukan praktik *transfer pricing* dimana jumlah pajak yang harus dibayar oleh perusahaan merupakan beban bagi perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan jumlah pembayarannya.

Berdasarkan teori *political cost* dimana penetapan tarif pajak suatu negara erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah, dimana adanya kebijakan dari pemerintah yang mewajibkan atau menuntut suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal tersebut tentu membuat perusahaan merasa mendapatkan tekanan sosial dari pemerintah dimana perusahaan harus secara rutin membayar pajak kepada negara terutama jika perusahaan memiliki kemampuan untuk meraih profit yang tinggi, maka pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan juga semakin tinggi. Oleh karena itu, manager

perusahaan akan cenderung untuk memilih melakukan *transfer pricing* ke grup perusahaannya yang ada di negara lain agar pajak yang dibayar oleh perusahaan bisa seminimal mungkin dengan cara menggeser kewajiban pajaknya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke perusahaan relasinya atau afiliasinya yang berada di negara lain yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah yang biasanya dilakukan dengan memperkecil harga jual. Hal tersebut dilakukan untuk merekayasa laba perusahaan sehingga laba yang diperoleh perusahaan pada tahun tertentu akan terlihat lebih rendah bahkan rugi dan secara tidak langsung akan berdampak pada semakin kecilnya jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan kepada negara.

Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et al* (2014) yang juga membuktikan bahwa pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dimana besarnya keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* akan membuat pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global. Hal tersebut terjadi dikarenakan perusahaan ingin memperoleh laba yang maksimal dari kegiatan usaha. Jadi, dapat dikatakan bahwa semakin besar nilai *effective tax rate* perusahaan, maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *tunnelling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Berdasarkan teori agensi dimana terdapat hubungan antara agen dan *principal*. Dalam penelitian ini,

pemegang saham dalam perusahaan merupakan pemegang saham pengendali asing dimana pemegang saham pengendali asing berupaya untuk memperoleh pengembalian modal yang maksimal dari tingkat kepemilikannya yaitu dengan cara memerintah manajemen untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi yang tentunya merugikan pemegang saham non pengendali. Salah satu transaksi dengan pihak berelasi yang dapat dilakukan adalah *transfer pricing*.

Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015) yang menjelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki oleh pemegang saham pengendali asing akan cenderung melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali asing yang berada di negara yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia.

Perusahaan-perusahaan multinasional yang ada di Indonesia cenderung memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi sehingga hal tersebut akan menimbulkan konflik kepentingan di antara pemegang saham pengendali asing dengan pemegang saham non pengendali. Dalam hal ini, pemegang saham pengendali asing memiliki hak khusus untuk mengawasi manajemen dalam perusahaan sehingga akan muncul kemungkinan bagi pemegang saham pengendali asing untuk melakukan penyalahgunaan seperti melakukan transaksi pihak terkait dengan menjual produk perusahaan di bawah harga pasar ke perusahaan yang masih di bawah kendalinya sehingga mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan menjadi lebih rendah. Namun, ketika perusahaan memperoleh keuntungan lebih, maka pemegang saham pengendali asing cenderung untuk melakukan *tunneling* melalui *transfer pricing* dengan mentransfer seluruh keuntungan perusahaan untuk kesejahteraan pribadinya daripada harus membagikannya sebagai dividen kepada pemegang saham non pengendali. Dengan

kata lain, semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing, maka semakin besar pula pengaruh pemegang saham pengendali asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk kebijakan penentuan dalam melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et al* (2014), yang menyatakan bahwa variabel mekanisme berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan teori agensi, dalam hal ini pemilik perusahaan dan direksi memiliki kepentingannya masing-masing dalam perusahaan. Pemilik perusahaan menginginkan kinerja yang lebih baik dari direksinya guna meningkatkan profit perusahaan sedangkan direksi juga menginginkan hal serupa yaitu keuntungan berupa bonus atas kinerja yang telah diberikannya kepada perusahaan. Meskipun besarnya laba mengakibatkan para direksi berusaha untuk memaksimalkan penerimaan bonusnya, bukan berarti para direksi akan menghalalkan segala cara dengan melakukan kecurangan seperti memanipulasi laporan keuangan dengan memanfaatkan transaksi *transfer pricing* antara pihak terkait untuk meningkatkan penjualan dimana penjualan tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan laba perusahaan dan bonus yang mereka terima. Berdasarkan penelitian dari Mispiyanti (2015), yang menyatakan bahwa adanya kebijakan bonus yang sudah tepat sehingga akan lebih sedikit celah

bagi para direksi untuk melakukan *transfer pricing* guna memperoleh tujuan utama yang diharapkan yaitu bonus. Jadi, besarnya laba tidak membuat para direksi memutuskan untuk melakukan *transfer pricing*, karena para direksi atau manajemen perusahaan telah menetapkan strategi-strategi dalam mencapai target bonus yang ingin diperoleh dari pemilik perusahaan dengan melakukan inovasi strategi sehingga kemungkinan melakukan *transfer pricing* akan semakin kecil.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data sampel penelitian diperoleh sebanyak 69 perusahaan dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014. Sumber data penelitian diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel pajak (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin besar nilai *effective tax rate* perusahaan, maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dilakukan dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada di negara lain dengan tarif pajak yang lebih rendah dari Indonesia.

Variabel *tunneling incentive* (X2) signifikan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing, maka semakin besar pula pengaruh pemegang

saham pengendali asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk kebijakan penentuan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada pemegang saham pengendali asing akan cenderung melakukan *tunneling* baik dengan melakukan penjualan ke perusahaan yang masih di bawah kendalanya atau dengan tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali.

Variabel mekanisme bonus (X3) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Besarnya laba tidak membuat para direksi memutuskan untuk melakukan *transfer pricing*, karena para direksi atau manajemen perusahaan telah menetapkan strategi-strategi dalam mencapai target bonus yang ingin diperoleh dari pemilik perusahaan dengan melakukan inovasi strategi sehingga kemungkinan melakukan *transfer pricing* akan semakin kecil.

Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini tentu tidak terlepas dari keterbatasan. Peneliti saat ini menemukan beberapa keterbatasan yaitu

1. Pengukuran variabel *transfer pricing* yang digunakan hanya terbatas pada pengukuran yang bersifat dikotomi dengan menggunakan variabel dummy.
2. Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan tidak terlalu detail melihat indikator yang peneliti gunakan saat ini sehingga peneliti cenderung menggunakan subjektivitasnya dalam menentukan informasi yang dibutuhkan.
3. Masih minimnya teori maupun sumber mengenai *transfer pricing*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sehingga peneliti kesulitan untuk memperoleh teori yang secara lengkap sebagai pendukung dalam penelitian.

4. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian masih relatif kecil yaitu 0.259 yang menunjukkan variabel pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus hanya mampu mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* sebesar 25.9% yang artinya masih terdapat variabel lain di luar penelitian sebesar 74.1% yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian selain perusahaan manufaktur untuk memperluas penelitian seperti perusahaan pertambangan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator lain untuk mengukur pajak, *tunneling incentive*, maupun mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain selain variabel dalam penelitian saat ini yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan.
4. Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian agar mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, Astera Primanto. 2002. *Transfer Pricing Suatu Kajian Perpajakan*. Jurnal Perpajakan Indonesia. Hal 30.
- Brundy, Edwin P. 2014. *Pengaruh Mekanisme Pengawasan Terhadap Aktivitas Tunneling*. Skripsi. Universitas Atma Jaya.
- Choi, Frederick D.S dan Meek, K. Gary. 2010. *International Accounting*. Jakarta: Salemba Empat.

- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika*. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Gupta, Pradeep. 2012. "Transfer Pricing: Impact of Taxes and Tariffs in India". *Journal Vikalpa*. Volume 37.04 (Oktober-Desember).
- Hartati *et al.* 2014. "Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*". Paper Dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi XVII, Lombok.
- Hartati, D dan Julita. 2015. Tax Minimization, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. Paper Dipresentasikan Pada Simposium Nasional Akuntansi XVIII, Medan.
- Jensen, M. & W.H. Meckling. 1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics*. Volume 03. Pp 305-360.
- Lo, W.Y.A., M.K.W Raymond, dan F. Micheal. 2010. "Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior of Chinese Listed Companies". *Journal of the American Taxation Association*. Volume 32.02. Pp1-26.
- Mispiyanti. 2015. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*". *Jurnal Akuntansi dan Investasi*. Volume 16. 01 (Januari).
- Noviastika *et al.* 2016. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing)". *Jurnal Perpajakan*. Volume 11.02
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 7 tentang Pengungkapan Pihak-Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa.
- Purwanti, L. 2010. "Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan". *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 08.02
- Santoso, Iman. 2004. *Advance Pricing Agreement* dan Problematika Transfer Pricing Dari perspektif Perpajakan Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 6. No. 2.
- Suandy, Erly. 2011. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Tax Review dan Strategi Perencanaan Pajak*. Jakarta: Indeks.
- Ulwan, Nasihun. 2015. Analisis Regresi Logistik Metode *Stepwise* dengan SPSS. (Online).
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- Xioling, Clara *et al.* 2015. "Determinants and Consequences of Transfer Pricing Autonomy: An Empirical Investigation". *Journal of Management Accounting Research*. Volume 27.02 (September). Pp 225-229.
- Yuniasih *et al.* 2012. "Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada Keputusan *Transfer Pricing*

pada Perusahaan Manufaktur yang Listing Di Bursa Efek Indonesia”.Paper Dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi XV, Banjarmasin.

Zeliria, Martasari. 2015. “Pengaruh Karakteristik Keuangan dan Non Keuangan Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan di indonesia”. Skripsi Sarjana diterbitkan, Universitas Diponegoro Semarang

Sugiharto, Denny. “Lika Liku *Transfer Pricing*.” Tempo.Co. 30 Januari 2014.
www.idx.ac.id