

LAPORAN PENELITIAN

**TUNNELING INCENTIVE, MEKANISME BONUS TERHADAP
KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN YANG
TERDAFTAR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2018**



TIM PENELITI :

MERLIYANA

NIDN 0312017602

ENUNG SITI SAODAH

NIDN 0326056101

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

LAPORAN KEGIATAN PENELITIAN

Judul	:	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018.	
Ketua Tim Peneliti	:	Merliyana	NIDN 0312017602
Anggota Tim	:		
1. Nama	:	Enung Siti Saodah	NIDN 0326056101
	:		
Lokasi Penelitian	:	DKI Jakarta	
Luaran yang Dihasilkan	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer pricing</i> 2. Mengetahui Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap <i>Trasnfer Pricing</i> 3. Mengetahui Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i> 	
Biaya Total	:	Rp 3.500.000,-	
- STEI	:	Rp 3.500.000,-	
- Sumber lain (.....)	:	
	:		
	:	Jakarta, 1 Maret 2019	
	:	Ketua Tim Peneliti,	
	:	(MERLIYANA) NIDN 0301031901	

Menyetujui
Kepala Bagian Penelitian,

Mengetahui
Wakil Ketua IV,

(Ir. Dwi Windu Suryono, MS)
NIDN 0327076101

(Drs. Jusuf Hariyanto, MSc)
NIDN 0325036001

PENUTUP

Demikian laporan penelitian ini kami sampaikan dengan harapan kegiatan tersebut dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Desember 2019

Ketua Tim Peneliti,

(Merliyana)
NIDN 0312017602

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Penutup	iii
Daftar isi	iv
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
Bab II kajian Pustaka	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. <i>Tunneling Incentive</i>	8
2.1.2. Mekanisme Bonus	12
2.1.3. <i>Transfer Pricing</i>	19
2.2. Penelitian Terdahulu	30
Bab III Metoda Penelitian	33
3.1. Tahapan Penelitian	33
3.2. Populasi, sampel dan sampling penelitian	33
3.3. Variabel Penelitian	34
3.4. Model Penelitian	36
3.5. Strategi Penelitian	37
3.6. Tehnik Pengumpulan Data	37
3.7. Data dan Sampel Penelitian	38
3.8. Metode Analisis Data	38
3.9. Pengembangan Hipotesis	42
3.10. Jadwal Penelitian	45
3.11. Realisasi Anggaran Penelitian	46
Bab IV Analisis dan Pembahasan	47
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2. Metode Analisis Data	50
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	57
Bab V Kesimpulan	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	60
Daftar Refensi	61
Daftar Tabel :	
Tabel 3.1. Operasional Variabel	35
Tabel 4.1. Kriteria Perusahaan	47
Tabel 4.2. Daftar Perusahaan Sample	48
Tabel 4.3. Analisis Statistik Deskriptif	50
Tabel 4.4. <i>Overall Model Fit</i>	52
Tabel 4.5. <i>Goodness of Fit Test</i>	53
Tabel 4.6. <i>Nagelkerke R Square</i>	53
Tabel 4.7. Matriks Klarifikasi	54
Tabel 4.8. Uji Parsial (Uji T)	55

Tabel 4.9. Uji Hipotesis Secara Simultan	56
Gambar Model Penelitian	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan ekonomi saat ini memberikan dampak yang sangat signifikan bagi pola bisnis dan pelaku bisnis. Dimana perusahaan terus berupaya untuk mengembangkan bisnisnya dengan cara membuka cabang baru di dalam negeri maupun diluar negeri. Dengan tujuan untuk memaksimalkan laba yang didapatkan, berbagai hal bisa dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan adalah praktek *Transfer Pricing*. Praktek *Transfer Pricing* pada prinsipnya didorong oleh alasan pajak (*Tax motive*) dan alasan bukan pajak (*Non-tax motive*) (Carson:1979, Vatson:1974) dan globalisasi dalam bidang ekonomi dan bisnis juga telah menyebabkan berkembangnya perekonomian yang tidak mengenal batas antar negara. Banyak transaksi antar perusahaan yang semakin meningkat, baik antar perusahaan yang ada di dalam negeri maupun diluar negeri. Arus barang, jasa, permodal (investasi), maupun tenaga kerja semakin mudah dan lancar antarnegara. Adanya *World Trade Organisation* (WTO) dan *General Agreement on Trade and Tariff* (GATT) semakin mempermudah pergerakan barang, jasa, permodal (investasi), dan tenaga kerja antar negara menyebabkan perusahaan tidak lagi membatasi operasinya didalam negeri, akan tetapi merambah ke luar negeri dan menjadi perusahaan multinasional yang beroperasi melalui anak perusahaan serta cabang-cabangnya.

Semakin banyaknya perusahaan multinasional menyebabkan permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang menarik dan mendapatkan perhatian dari otoritas perpajakan di berbagai negara. Semakin banyak negara di dunia yang mulai memperkenalkan peraturan tentang *transfer pricing*.

Undang-undang Perpajakan menyebut *transfer pricing* dengan istilah transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hal ini tertuang dalam Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, hubungan istimewa wajib pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak >25% (lebih dari 25%), atau beberapa badan yang >25% (lebih dari 25%) sahamnya dimiliki

oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Undang-undang tersebut juga diperkuat dengan keluarnya Peraturan Menteri Keuangan No. 213/PMK.03/2016 (“PMK-213”) dalam rangka menerapkan ketentuan baru mengenai dokumen harga transfer.

Secara universal, transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Transaksi ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain yang direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Hartati *et al*, 2014).

Para ahli juga mengakui bahwa *transfer pricing* ini bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun ini juga bisa menjadi peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba yang tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan penghindaran pajak. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberikan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*. Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tiada mendapat balas jasa secara langsung. Pajak dipungut penguasa berdasarkan norma-norma hukum untuk menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum. Jadi beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan maupun badan sebagai salah satu sektor pendapatan negara.

Berdasarkan informasi dari Okezone diperkirakan potensi kehilangan akibat *transfer pricing* lebih dari Rp1.000 triliun per tahun. Selain dolar terparkir di negara lain, praktek tersebut membuat cadangan devisa Indonesia sedikit. Untuk diketahui cadangan devisa Indonesia per akhir September hanya USD101,72 miliar. Informasi yang diberikan Kompas juga mengungkapkan bahwa *transfer pricing* di Indonesia, diperkirakan bernilai Rp 1.200 triliun. Dengan demikian, pajak yang tidak disetor ke kas negara bisa mencapai Rp 120 triliun atau setara dengan 10 persen. perusahaan yang melakukan *transfer pricing* kerap melakukan

rekayasa keuangan dengan melaporkan margin usaha sebesar 68 persen. Namun, margin yang diperoleh sebenarnya mencapai 48 persen. Hal tersebut tentu sangat merugikan negara pada sector pendapatan pajak.

Arifin (2010) menyatakan ada tiga hal yang kelihatan kasat mata soal *transfer pricing* ini yaitu pembentukan agent. Cara ini adalah perusahaan di Indonesia sebagai produsen menjual barang langsung ke induk perusahaan diluar negeri. Tapi dijualnya melalui agent di Singapore atau Hong Kong atau dinegara yang pajaknya rendah. Agent ini sebetulnya dimiliki oleh group perusahaan itu sendiri. Harga jual kepada agent dibuat serendah mungkin agar pajak dibayar didalam negeri jadi rendah. Kemudian agent itu mengemas kembali barang dan menjualnya kepada induk perusahaan dengan harga tinggi. Induk perusahaan akan membayar mahal tentu agar labanya jadi rendah dibanding harga beli, sehingga dalam hal ini, laba bagi penjual / produsen rendah, laba bagi pembeli juga rendah. Laba tinggi ada di agent yang berada dinegara yang pajaknya rendah.

Menurut Pricewaterhouse (2009) dalam (Yuniasih *et al*,2012), Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda, tetapi juga terbuka untuk penyalahgunaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan laba dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Permasalahan ini menjadi isu penting yang mampu mencuri perhatian semua kalangan, terutama bagi otoritas perpajakan. Menurut Direktur Eksekutif CenterForIndonesia Taxation, Yustinus Prabowo. Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak lebih dari 1.300 triliun rupiah setiap tahunnya akibat dari praktek *transfer pricing* (Refgia,2017).

Dalam bidang perpajakan, *transfer pricing* sudah menjadi isu yang sering terjadi pada transaksi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan negara karena perusahaan multinasional cenderung mengeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*) cara ini disebut dengan *tax minimization*. Sementara disisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya – biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya meminimalisir pembayaran pajak perusahaan. Bagi perusahaan

multinasional, transfer pricing dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas (Santoso,2004).

Ditinjau dari prospektif Perpajakan Internasional suatu perusahaan multinasional akan berusaha meminimalkan beban pajak global mereka dengan cara memanfaatkan ketiadaan ketentuan perpajakan suatu negara yang tidak mengatur ketentuan anti penghindaran perpajakan atau mengaturnya tetapi tidak memadai, sehingga menimbulkan peluang yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan praktik penghindaran pajak (Gravelle,2009).

Selain motivasi *Tax Minimization*, keputusan melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh kepemilikan saham. Struktur kepemilikan perusahaan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik sehingga terjadi konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal tersebut menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan minoritas (La Porta *et al* dalam Hartati,2004). Munculnya masalah mengenai keagenan ini menurut (Yuniasi *et al*, 2012) salah satunya disebabkan oleh lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas. Sehingga mendorong pemegang saham mayoritas melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas.

Tunneling dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terakait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritasnya

Selanjutnya, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus, Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Untuk mempermudah peneliti dalam memahami isi lebih lanjut dari penelitian, maka penulis mengambil sampel dari beberapa jurnal penelitian sebelumnya yang akan menjelaskan hasil dari jurnal penelitian tersebut. Sampel jurnal penelitian tersebut adalah

penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) yang berjudul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive terhadap *Transfer Pricing*”. Hasilnya adalah pajak yang diproksikan dengan ETR, kepemilikan asing yang diproksikan dengan cara membagi jumlah kepemilikan pihak asing dengan total saham yang beredar dan *tunneling incentive* yang diukur dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali adalah berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Sedangkan mekanisme bonus yang diproksikan dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih dan ukuran perusahaan dengan cara logaritma total asset adalah tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) yang berjudul” Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing*” hasilnya adalah variabel pajak yang diproksikan dengan ETR dan mekanisme bonus yang diproksikan dengan dummy dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen , sedangkan yang lainnya diberi nilai 0 adalah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan *tunneling incentive* yang diukur dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali adalah berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Selain *tunneling incentive*, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Adanya pemberian bonus kepada direksi atau manajemen secara tidak langsung akan memberikan motivasi untuk bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan bonus yang lebih lagi. Karena sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Menurut penelitian terdahulu, Purwanti (2010) bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Pemberian bonus tersebut akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer secara otomatis akan lebih cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan yang akan mereka terima.

Pada penelitian ini dalam memproksikan variabel penulis menggunakan proksi variabel yang terdapat pada penelitian terdahulu, Untuk variabel *Tunneling Incentive* yang diproksikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali yang diambil dari penelitian Refgia (2017) dan Mispuyanti (2015). Sedangkan untuk mekanisme bonus dalam penelitian ini mengambil dari Mispuyanti (2015) yang memproksikan mekanisme bonus dengan *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya diberi nilai 0. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lain sebelumnya yaitu objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012- 2018.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini akan meneliti pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan manufaktur yang di listing di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel. Hal ini dikarenakan perusahaan asing yang berada di Indonesia, adalah cabang dari induk perusahaan diluar negeri. Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“*Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian dan latar belakang permasalahan diatas, maka perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan transfer pricing yang dijabarkan dalam beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?
- 2) Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?
- 3) Apakah *Tunneling Incentive* dan Mekanisme bonus memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*, khususnya pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Menguji pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.
- 2) Menguji pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing*.
- 3) Menguji Pengaruh *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

1.4. Manfaat Penelitian

Kontribusi ataupun manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris adanya pengaruh *Tunneling Incentive* serta *Mekanisme Bonus* terhadap *Transfer Pricing*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Tunneling Incentive*

Pengertian Tunneling Incentive

Menurut Mitton (2000) tunneling adalah *“Tunneling comes in two forms. First a controlling shareholder can simply transfer resources from firm for its own benefit through self-dealing transaction. Such transaction include outright theft or fraud, which are illegal everywhere though often go undetected or unenforced, but also asset, sales contract such as transfer pricing advantageous to the controlling shareholder, excessive executive”*

Istilah *“tunneling”* pada awalnya digunakan untuk menggambarkan pengambilalihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko seperti pemindahan aset melalui sebuah terowongan bawah tanah (*tunnel*). Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi (Mutammimah, 2008). Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri Manajer lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham.

Didalam Yuniasih (2012) menjelaskan munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. Pertama, pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau komisaris yang kemungkinan besar melakukan eksploitasi terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). Kedua, hak suara yang dimiliki pemegang saham mayoritas melebihi hak atas aliran kasnya, Karena adanya kepemilikan saham dalam bentuk bersilang, piramida dan berkelas (Claessens *et al.*, 2000). Bentuk kepemilikan seperti ini akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan mereka sendiri yang sangat berbeda dengan kepentingan investor dan *stakeholder* lain. Ketiga, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingannya dan merugikan kepentingan

pemegang saham minoritas (Claessens *et al.*, 2002). Sansing (1999) menunjukkan bahwa pemegang saham mayoritas dapat mentransfer kekayaan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan hak para pemilik minoritas, dan terjadi penurunan kekayaan ketika presentase kepemilikan pemegang saham mayoritas menurun.

Pihak terafiliasi, khususnya pemegang saham mayoritas, dapat mempengaruhi bentuk dan syarat (*term and condition*) dari transaksi yang akan memberikan keuntungan bagi pihak mereka saja. Hal ini tentu saja akan bertentangan dengan konsep *maximization Shareholder walth* dan prinsip *The Equitable Treatment of Shareholder* dari EOCED.

Tunneling merupakan aktivitas penagihan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan (Johnson,2000). Dalam konteks *cross border merger* dan akuisisi, tunneling mempunyai dampak berpindahnya asset dan *corporate control* ke negara lain.

Definisi *Tunneling Incentive* dikemukakan oleh Suparji (2012) yaitu: “Ekspropriasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing akan menurunkan nilai perusahaan sehingga merugikan pemegang saham non pengendali”. Tunneling Incentive merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan sendiri dengan nama dan dalam bentuk apapun (Jewel,2012).

Menurut Hartati (2015), tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya mereka bebaskan.

Teori yang mendukung *Tunneling Incentive*

Teori yang mendukung tunneling incentive adalah teori keagenan, dimana menurut Jensen dan Meckling, 1976 dalam Ahmad Elqorni 2009 “Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini”, Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer.

Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory* (teori keagenan). Teori ini merupakan salah satu teori yang muncul dalam perkembangan riset akuntansi yang merupakan modifikasi dari perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara pemegang saham/pemilik dan manajemen/manajer. Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakekatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan.

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut. Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) karena *agent* berada pada posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, *agent* dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba.

Jensen dan Meckling (1976) mengemukakan teori keagenan yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan (*agen*) dan pemegang saham (*prinsipal*). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (*prinsipal*) yang memerintahkan orang lain (*agen*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *prinsipal* dan memberi wewenang kepada *agen* untuk membuat keputusan yang terbaik bagi *prinsipal*. Pihak *prinsipal* juga dapat membatasi divergensi kepentingannya dengan memberikan tingkat insentif yang layak kepada *agen* dan bersedia mengeluarkan biaya pengawasan (*monitoring cost*) untuk mencegah *hazard* dari *agen*. Tetapi, sebaliknya teori keagenan juga dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Konflik antarkelompok atau *agency conflict* merupakan konflik yang timbul antara pemilik, dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan. Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan (Colgan, 2001), yaitu:

1) *Moral Hazard*

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi), dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2) Penahanan Laba (*Earnings Retention*)

Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, *prestise*, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

3) Horison Waktu

Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dengan mana prinsipal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4) Penghindaran Risiko Manajerial

Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Dapat disimpulkan bahwa timbulnya masalah-masalah keagenan terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Konflik keagenan dapat merugikan pihak prinsipal (pemilik) karena pemilik tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu, manajemen selaku agendiberikan wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar (Yuniasih dkk, 2010).

Pengukuran *Tunneling Incentive*

Variabel *tunneling incentive* didasarkan pada besarnya kepemilikan saham asing yang melebihi 20% (dua puluh persen). Entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung (contohnya melalui entitas anak) apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15.

2.1.2. Mekanisme Bonus

Pengertian Mekanisme Bonus

Menurut Irpan dalam (Hartati,2014) , mekanisme bonus direksi dapat diartikan sebagai pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja direksi itu sendiri. Prestasi kerja yang dilakukan dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan oleh perusahaan secara objektif.

Suryatiningsih *et al* , (2009) berpendapat mekanisme bonus direksi adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba. Mengingat bahwa mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba, yang merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer , maka adalah logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan binus dan remunerasinya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Karena sebagai akibat dari adanya praktik *transfer Pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau sub unit.

Teori yang mendukung Mekanisme Bonus

Adapun teori yang mendukung mekanisme bonus adalah teori akuntansi positif, dimana teori ini baru mulai berkembang sekitar tahun 1960-an yang dipelopori oleh Watt & Zimmerman menitik beratkan pada pendekatan ekonomi dan perilaku dengan munculnya hipotesis pasar efisien dan teori agensi. Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu dimasa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi. Sedangkan teori normatif dianggap merupakan pendapat pribadi yang subjektif, sehingga tidak dapat diterima begitu saja dan harus dapat diuji secara empiris agar memiliki dasar teori yang kuat. Dalam praktik, para profesional dalam bidang akuntansi telah menyadari sepenuhnya bahwa teori akuntansi positif lebih cenderung diterapkan dibanding teori akuntansi normatif.

(Watts dan Zimmerman, 1986 dalam Santoso, 2014), Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu dimasa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi. Teori akuntansi positif merupakan studi lanjut dari teori akuntansi normatif karena kegagalan normatif dalam menjelaskan fenomena praktik yang terjadi secara nyata. Teori akuntansi positif mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan teori akuntansi. Teori akuntansi positif dapat memberikan pedoman bagi para pembuat kebijakan akuntansi dalam menentukan konsekuensi dari kebijakan tersebut. Teori akuntansi positif berkembang seiring kebutuhan untuk menjelaskan dan memprediksi realitas praktik akuntansi yang ada dalam masyarakat sedangkan akuntansi normatif lebih menjelaskan praktik akuntansi yang seharusnya berlaku.

Watts dan Zimmerman (1986) dalam Aviandika Heru (2014) menyebutkan Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan, dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu.

Teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu: (1) hipotesis program bonus (*the bonus plan hypothesis*), (2) hipotesis perjanjian hutang (*the debt covenant hypothesis*), dan (3) hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*) (Watts dan Zimmerman, 1986). Hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Hipotesis Rencana Bonus (*the bonus plan hypothesis*)

Hipotesis ini menjelaskan bahwa para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi dalam setiap periode. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut. Tentu saja, sesuai dengan karakter dari proses akrual, hal ini akan cenderung menyebabkan penurunan pada laba dan bonus-bonus yang dilaporkan pada masa yang akan datang, dengan taktor-faktor lain tetap sama. Namun nilai masa kini (present value) dari kegunaan manajer dari lini bonus masa depan yang dimilikinya akan meningkat dengan memberikan perubahan menuju masa kini.

Dapat disimpulkan Manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai metode yang meningkatkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang bonus yang akan diterima seandainya komite kompensasi dari dewan direktur tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih.

2. Hipotesis Kontrak Hutang (*the debt covenant hypothesis*)

Hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Alasannya adalah laba yang dilaporkan yang makin meningkat akan menurunkan kelalaian teknis. Sebagian besar dari perjanjian hutang berisi kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian. Sebagai contoh, perusahaan yang mendapat pinjaman boleh sepakat memelihara level tertentu dari hutang terhadap harta, laporan bunga, modal kerja, dan harta pemilik saham. Jika kesepakatan

semacam itu dikhianati, perjanjian hutang tersebut bisa memberikan/mengeluarkan penalti, seperti pembatasan dividen atau tambahan pinjaman. Prospek dari pelanggaran kesepakatan membatasi kegiatan perusahaan dalam operasional perusahaan itu sendiri. Untuk mencegah, atau paling tidak menunda, pelanggaran semacam itu, perusahaan bisa memilih kebijakan akuntansi tertentu yang bisa meningkatkan laba masa kini. Berdasarkan hipotesis kesepakatan hutang, ketika perusahaan mendekati kelalaian, atau memang sudah berada dalam lalai/cacat, lebih cenderung untuk melakukan hal ini.

3. Hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*)

Hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin besar biaya politik yang mesti ditanggung oleh perusahaan, manajer cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang menyerah pada laba yang dilaporkan dari masa sekarang menuju masa depan. Hipotesis biaya politik memperkenalkan suatu dimensi politik pada pemilihan kebijakan akuntansi. Perusahaan-perusahaan yang ukurannya sangat besar mungkin dikenakan standar kinerja yang lebih tinggi, dengan penghargaan terhadap tanggung jawab lingkungan, hanya karena mereka merasa bahwa mereka besar dan berkuasa. Jika perusahaan besar juga memiliki kemampuan meraih profit yang tinggi, maka biaya politik bisa diperbesar. Perusahaan-perusahaan juga mungkin akan menghadapi biaya politik pada poinpoin waktu tertentu. Persaingan luar negeri mungkin mengarah pada menurunnya profitabilitas kecuali perusahaan yang terkena dampaknya ini bisa mempengaruhi proses politik untuk bisa melindungi impor secara keseluruhan. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan mengadopsi kebijakan akuntansi *incomedecreasing* (pendapatan menurun) dalam rangka meyakinkan pemerintah bahwa profit sedang turun.

Tujuan Mekanisme Bonus

Menurut Malayu Hasibuan (2016:121) tujuan pemberian bonus ada beberapa macam antara lain:

1. Ikatan Kerja Sama Dengan pemberian kompensasi terjalinlah ikatan kerja sama formal antara majikan dengan karyawan. Karyawan harus mengerjakan tugastugasnya dengan baik, sedangkan pengusaha/majikan wajib membayar kompensasi sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

2. Kepuasan Kerja Dengan balas jasa, karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan –kebutuhan fisik, status social, dan egoistiknya sehingga memperoleh kepuasan kerja dari jabatannya.
3. Pengadaan Efektif Jika program kompensasi ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang qualified untuk perusahaan akan lebih mudah.
4. Motivasi Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan mudah memotivasi bawahannya.

Sedangkan menurut Marwansyah dan Mukaram (2001;127) tujuan mekanisme bonus adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan karyawan yang qualified Kompensasi harus cukup tinggi untuk menarik para pelamar. Tingkat pembayaran harus merespon permintaan dan penawaran tenaga kerja dalam pasar tenaga kerja, karena banyak pengusaha/ majikan yang bersaing untuk mendapatkan pekerjaan yang berkualitas.
2. Mempertahankan karyawan yang sudah ada Para pekerja mungkin akan berhenti jika tingkat balas jasa tidak kompetitif, yang akan menimbulkan perputaran tenaga kerja yang lebih tinggi.
3. Menjamin terciptanya keadilan (equity) Manajemen kompensasi berupaya menciptakan keadilan internal dan eksternal. Keadilan internal berarti bahwa imbalan yang terkait dengan nilai relatif suatu jabatan, sehingga jabatan yang sama mendapatkan imbalan yang sama. Keadilan eksternal berarti membayar pekerja sebanding dengan apa yang diterima oleh pekerja yang setingkat dari perusahaan lain dalam pasar tenaga kerja.
4. Memberi penghargaan atas perilaku yang diharapkan Program kompensasi efektif memberi penghargaan atas unjuk kerja, loyalitas pengalaman, tanggung jawab dan perilaku positif lainnya.
5. Mengendalikan biaya Program kompensasi membantu organisasi dalam mendapatkan dan mempertahankan pekerja dengan tingkat biaya yang wajar. Tanpa manajemen kompensasi yang baik, para pekerja mungkin dibayar terlalu tinggi atau terlalu rendah.
6. Mengikuti peraturan atau hukum yang berlaku Sistem upah yang baik perlu mempertimbangkan dan memenuhi aturanaturan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Jenis Mekanisme Bonus

Seorang karyawan yang memiliki prestasi kerja baik sudah sewajarnya mendapatkan insentif. Insentif yang diterimanya berbentuk rangsangan yang diberikan kepada manusia agar mau melakukan tindakan. Rangsangan tersebut berupa hadiah-hadiah sebagai balas jasa atas suatu usaha ekstra atau hasil istimewa yang dicapai seorang karyawan. Menurut Manulang (2006: 4), pada dasarnya bentuk mekanisme bonus dapat digolongkan menjadi tiga bagian yaitu:

1. Insentif Material Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi kerjanya, berbentuk uang atau barang. Insentif material ini bernilai ekonomis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Beberapa macam insentif yang diberikan kepada karyawan meliputi:

- a. Bonus, merupakan uang yang dibayarkan sebagai balas jasa atas hasil pekerjaan yang dilaksanakan. Diberikan selektif dan khusus kepada pekerja yang berhak menerima, serta diberikan berkala, sekali terima tanpa adanya suatu ikatan pada masa yang akan datang.
 - b. Kompensasi yang ditangguhkan (Deffered compensation) Dana pensiun memiliki nilai insentif karena memenuhi kebutuhan pokok seseorang yaitu menyediakan jaminan ekonomi setelah ia tidak bekerja lagi.
2. Insentif Non Material Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan yang berbentuk penghargaan, pengukuhan berdasarkan prestasi kerjanya. Beberapa macam insentif non material meliputi:
 - a. Pemberian gelar secara resmi,
 - b. Pemberian tanda jasa atau medali,
 - c. Pemberian piagam penghargaan,
 - d. Pemberian hak untuk memakai sesuatu atribut jabatan,
 - e. Pemberian perlengkapan khusus pada ruangan kerja seperti pemberian ucapan terima kasih secara formal maupun informal.
 3. Sosial Insentif
Daya perangsang yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi kerjanya berupa fasilitas dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya seperti promosi, mengikuti pendidikan, naik haji dan lain-lain.

Menurut Blocher (2011) mekanisme bonus dapat pula dibagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

1. Bonus Retensi

Bonus Retensi adalah pembayaran insentif yang digunakan untuk mencegah karyawan meninggalkan perusahaan. Biasanya karyawan diminta untuk menandatangani perjanjian yang menyatakan mereka akan tetap bekerja untuk jangka waktu tertentu atau sampai selesainya suatu tugas atau proyek tertentu agar memenuhi syarat untuk mendapatkan bonus.

2. Bonus Tahunan

Bonus Tahunan adalah sebuah pembayaran kompensasi variabel, biasanya dalam bentuk uang tunai, yang diberikan kepada karyawan jika kinerja tahunan perusahaan melebihi target keuangan dan non-keuangan yang ditentukan. Ukuran bonus umumnya dinyatakan sebagai persentase dari gaji pokok dan mungkin memiliki minimum yang dijamin dan maksimum tertentu. Akan tetapi dalam Surat Edaran Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia No. SE-07/MEN/1990 Tahun 1990 tentang pengelompokan komponen upah dan pendapatan non upah, bonus dikategorikan sebagai komponen non-upah. Komponen pendapatan non-upah, terdiri dari:

- a. Fasilitas

Fasilitas adalah kenikmatan dalam bentuk nyata/natura yang diberikan perusahaan oleh karena hal-hal yang bersifat khusus atau untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja, seperti fasilitas kendaraan (antar jemput pekerja atau lainnya); pemberian makan secara cuma-cuma; sarana ibadah; tempat penitipan bayi; koperasi; kantin dan lain-lain.

- b. Bonus

Bonus adalah bukan merupakan bagian dari upah, melainkan pembayaran yang diterima pekerja dari hasil keuntungan perusahaan atau karena pekerja menghasilkan hasil kerja lebih besar dari target produksi yang normal atau karena peningkatan produktivitas; besarnya pembagian bonus diatur berdasarkan kesepakatan.

- c. Tunjangan Hari Raya (THR), Gratifikasi dan Pembagian keuntungan lainnya.

3. Bonus Akhir Tahun

Bonus Akhir Tahun adalah adalah pembayaran yang terkadang diberikan kepada karyawan pada akhir tahun ketika karyawan dan/atau perusahaan berkinerja sangat baik.

4. Tanteim

Tantiem adalah bagian keuntungan perusahaan yang dihadiahkan kepada karyawan, yang baru dapat diberikan bila perusahaan memperoleh laba bersih sebagaimana ditentukan dalam Pasal 70 ayat(1) UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE-16/PJ.44/1992 Tentang Pembagian Bonus, Gratifikasi, Jasa Produksi Dan Tantiem disebutkan bahwa, Tantiem merupakan bagian keuntungan yang diberikan kepada Direksi dan Komisaris oleh pemegang saham yang didasarkan pada suatu prosentase/jumlah tertentu dari laba perusahaan setelah kena pajak.

2.1.3. *Transfer Pricing*

Pengertian Transfer Pricing

Transfer Pricing didefinisikan sebagai nilai atau harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). (Henry Simamora,1999) *Transfer pricing* hanya dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, yaitu untuk meningkatkan daya saing perusahaan anak yaitu dengan memperbaiki akses perusahaan anak ke dalam pasar modal local, laba dan posisi keuangan buisa dinaikkan dengan menetapkan harga yang rendah bagi transfer input kepada perusahaan anak tersebut dan harga transfer yang tinggi bagi outputnya.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya, atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan.

Jadi dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang di *transfer* ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dimana salah satu perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan.

Tujuan transfer pricing bagi internal perusahaan adalah:

1. Evaluasi kinerja akurat, berarti bahwa tidak satupun manajer divisi akan memperoleh manfaat atas beban manajer divisi lain.
2. Kesesuaian tujuan, berarti bahwa para manajer divisi memilih tindakan– tindakan yang dapat memaksimalkan laba perusahaan secara menyeluruh.
3. Pemeliharaan otonomi divisi, berarti bahwa manajemen pusat tidak boleh mencampuri kemandirian manajer divisi dalam membuat suatu keputusan.

Praktik *transfer pricing* sering juga dipakai untuk manajemen pajak sebuah usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus di bayar. *Transfer Pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok dalam transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-Company* transfer pricing merupakan transfer pricing antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bias dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*International transfer pricing*). (Hadi Setiawan)

Selanjutnya, ada beberapa pendapat ahli tentang transfer pricing, diantaranya:

1. Gunadi (dalam Abdi Tandur, 1994)

Transfer pricing merupakan jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya.

2. Darrusalam dan Danny Septriadi (dalam DDTC, 2008)

Transfer pricing merupakan bagian dari suatu kegiatan usaha dan perpajakan yang bertujuan untuk memastikan apakah harga yang diterapkan dalam transaksi antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa telah didasarkan atas prinsip-prinsip harga wajar (*arm's length principle*).

3. Mohammad Zain (dalam Salemba Empat, 2005)

Harga transfer merupakan harga yang diperhitungkan untuk mengendalikan manajemen atas transfer barang dan jasa antar-pusat pertanggungjawaban laba dan biaya, termasuk determinasi harga untuk barang, imbalan atas jasa, tingkat bunga pinjaman, beban atas persewaan dan metode pembayaran serta pengiriman uang.

Dasar Hukum *Transfer Pricing*

Beberapa peraturan Perundang – undangan yang berhubungan dalam regulasi mengenai aspek perpajakan yang menyangkut transfer pricing sebagai berikut:

- 1) PP Nomor 80 Tahun 2007 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Perpajakan Berdasarkan Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah Terakhir Dengan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007, Peraturan ini sudah dicabut dan diganti (berlaku sepanjang tidak bertentangan) dengan Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pelaksanaan Hak dan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan.
- 2) Surat Edaran Direktur Jendral Pajak (DJP) Nomor: SE-04/PJ.7/1993 tanggal 3 September 1993 tentang Petunjuk Penanganan Kasus Transfer Pricing dan Surat Keputusan Direktur Jendal Pajak No. 01/PJ37/1993 tanggal 9 Maret 1993 tentang pedoman Pemeriksaan Pajak Terhadap Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa.
- 3) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 139/PMK.03/2010 tanggal 11 Agustus 2010 tentang penentuan kembali besarnya penghasilan yang diperoleh wajib pajak orang pribadi dalam negeri dari pemberi kerja yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan lain yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia.
- 4) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 140/PMK.03/2010 tanggal 11 Agustus 2010 tentang Penetapan Wajib Pajak sebagai pihak yang sebenarnya melakukan pembelian saham atau

aktiva perusahaan melalui pihak lain atau badan yang dibentuk untuk maksud demikian (*Special Purpose Company*) yang mempunyai hubungan istimewa dengan pihak lain yang terdapat ketidakwajaran penetapan harga.

- 5) Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tanggal 6 September 2010 tentang penerapan Prinsip kewajaran dan kelaziman Usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa.
- 6) Peraturan Dirjen Pajak Pr-48/PJ/2010 tanggal 3 November 2010 tentang tata cara pelaksanaan prosedur persetujuan bersama (*mutual Agreement Procedure*) Berdasarkan persetujuan penghindaran pajak berganda.
- 7) Peraturan Dirjen Pajak Nomor Per-69/PJ/2010 tanggal 31 Desember 2010 tentang kesepakatan harga transfer.
- 8) Peraturan Dirjen Pajak Nomor Per-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor Per-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa ditetapkan tanggal 11 November 2011.
- 9) Per-22/PJ/2013 tentang Pedoman Pemeriksaan terhadap wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa ditetapkan oleh Dirjen Pajak tanggal 30 Mei 2012.
- 10) SE-50/PJ/2013(SE-50) tentang petunjuk teknis pemeriksaan terhadap wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa.

Teori yang mendukung *Transfer Pricing*

Teori Pensinyalan (*Signalling Theory*) merupakan teori yang mendukung praktek transfer pricing, dimana teori ini menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan dimasa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan (Scotts,2003 dalam Butarbutar,2011).

Menurut Jogiyanto (2000) didalam Butarbutar (2011), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pegumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diumumkan oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai *signal* baik (*good news*) atau *signal* buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai *signal* baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan (Butarbutar,2011).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi *signal* baik bagi pihak diluar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi 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. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko relative setiap perusahaan sehingga dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan prefensi risiko yan diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan (Butarbutar, 2011).

Hubungan Istimewa

Hubungan istimewa menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan Pasal 18 ayat (4) sebagaimana dimaksud pada ayat (3), pasal 8 ayat (4), Pasal 9 ayat (1) huruf f, dan Pasal 10 ayat (1) dianggap ada apabila:

- a) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung terbesar 25% (dua puluh lima persen) atau lebih pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan modal 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih disebut terakhir, atau
- b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya, atau dua atau lebih Wajib Pajak berada dibawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung, atau
- c) Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

Pihak-pihak Berelasi (*Related Party Transaction/RPT*)

Terdapat perbedaan definisi pihak-pihak berelasi atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang diatur dalam regulasi perpajakan dengan definisi yang diatur dalam PSAK No.7 (revisi 2010) tentang Pengungkapan Pihak-pihak berelasi didefinisikan sebagai “Orang atau entitas yang terkait dengan entitas tertentu dalam menyiapkan laporan keuangannya (dalam pernyataan ini dirujuk sebagai “entitas pelapor”), yaitu:

- 1) Orang atau anggota keluarga terdekat berelasi dengan entitas pelapor jika orang tersebut:
 - a. Memiliki pengendalian atau pengendalian bersama atas entitas pelapor;
 - b. Memiliki pengaruh signifikan terhadap entitas pelapor, atau
 - c. Personal manajemen kunci entitas pelapor atau entitas induk entitas pelapor.
- 2) Suatu Entitas berelasi dengan entitas pelapor jika memenuhi hal-hal berikut:
 - a. Entitas dan entitas pelapor adalah anggota dari kelompok usaha yang sama (artinya entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya terkait dengan entitas lain).

- b. Satu Entitas adalah entitas asosiasi atau ventura bersama bagi entitas lain (atau entitas asosiasi atau ventura bersama yang merupakan anggota suatu kelompok usaha, dimana entitas lain tersebut adalah anggotanya).
 - c. Kedua entitas tersebut adalah ventura bersama dari pihak ketiga yang sama.
- 3) Suatu Entitas berelasi dengan entitas pelapor jika memenuhi hal-hal berikut:
- a. Satu Entitas adalah ventura bersama dari entitas ketiga dan entitas yang lain adalah entitas asosiasi dari entitas ketiga.
 - b. Entitas tersebut adalah suatu program imbalan kerja dari salah satu entitas pelapor atau entitas yang terkait dengan entitas pelapor. Jika entitas pelapor adalah entitas yang menyelenggarakan program tersebut, entitas sponsor juga terkait dengan entitas pelapor.
 - c. Entitas yang dikendalikan atau dikendalikan bersama oleh orang yang diidentifikasi dalam butir (a).
 - d. Orang yang diidentifikasikan dalam butir (a) memiliki pengaruh signifikan terhadap entitas atau anggota manajemen kunci entitas (atau entitas induk dari entitas).

Penentuan *Transfer Pricing*

Menurut prinsip kewajaran (*arm's length principle/ALP*), harga-harga transfer seharusnya ditetapkan supaya dapat mencerminkan harga yang disepakati sebagaimana transaksi tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak terkait yang bertindak secara bebas. Dapat dijelaskan bahwa apabila terjadi transaksi antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa maka kondisi dari transaksi tersebut haruslah sama dengan transaksi dengan pihak independen (tidak mempunyai hubungan istimewa), sehingga ketidaksesuaian dapat menyebabkan dilakukannya koreksi oleh pihak otoritas fiskal. Penentuan harga transfer (*transfer pricing*) adalah penentuan harga transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor Per-32/PJ/2011 Tentang Perubahan Atas Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor: PER-43/PJ/2010 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa, menyatakan:

- a) Wajib Pajak dalam melakukan transaksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa wajib menerapkan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha.
- b) Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 1. Melakukan Analisis Kesebandingan dan Menentukan pembandingan
 2. Menentukan metode Penentuan Harga Transfer yang tepat
 3. Menerapkan prinsip kewajaran dan Kelaziman Usaha berdasarkan analisis kesebandingan dan metode penentuan harga transfer yang tepat kedalam transaksi yang dilakukan antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan harga wajar atau laba wajar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.
- c) Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha mendasarkan pada norma bahwa harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar.
- d) Wajib Pajak yang melakukan transaksi dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan nilai seluruh transaksi tidak melebihi Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) dalam 1 (satu) tahun pajak untuk setiap lawan transaksi, dikecualikan dari kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (2).

Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor Per-32/PJ/2011 Tentang Perubahan Atas Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor: PER-43/PJ/2010 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa, terdapat beberapa jenis metode penentuan harga transfer (*transfer pricing*) yang dapat dilakukan, yaitu:

1. Metode perbandingan harga antara pihak yang independen (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)
Metode perbandingan harga antara pihak yang independen (*comparable uncontrolled price*) atau disingkat CUP adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan

membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding.

2. Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method/RPM*)

Metode harga penjualan kembali (*resale price method*) atau disingkat metode RPM adalah metode Penentuan Harga Transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga jual kembali produk tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar, yang mencerminkan fungsi, aset dan risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.

3. Metode biaya plus (*Cost Plus Method/CPM*)

Metode biaya plus (*Cost Plus Method*) atau metode CPM adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

4. Metode pembagian laba (*Profit Split Method/PSM*)

Metode pembagian laba (*profit split method*) atau metode SPM adalah metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksional (*transactional profit method*) yang dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagikan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dan akan tercermin antar pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

5. Metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*)

Metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin Method*) adalah penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas

transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya.

Pengukuran *Transfer Pricing*

Pengukuran untuk variable transfer pricing yang diproksikan dengan ada atau tidaknya penjualan terhadap pihak berelasi atau yang memiliki hubungan istimewa. Penjualan terhadap hubungan istimewa diindikasikan ada *transfer pricing*. Harga yang ditetapkan dalam penjualan terhadap pihak berelasi atau hubungan istimewa biasanya menggunakan harga yang tidak wajar bisa dengan menaikkan atau menurunkan harga.

Transaksi Transfer Pricing

Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dalam hal wajib pajak melakukan transaksi dengan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang merupakan wajib pajak dalam negeri atau Bentuk Usaha Tetap (BUT) di Indonesia, Peraturan Direktur Jenderal Pajak ini hanya berlaku untuk transaksi yang dilakukan oleh wajib pajak dengan pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa untuk memanfaatkan perbedaan tarif pajak yang disebabkan antara lain:

- a. Perlakuan pengenaan Pajak Penghasilan final atau tidak final pada sektor usaha tertentu;
- b. Perlakuan pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah; atau
- c. Transaksi yang dilakukan dengan Wajib Pajak Kontraktor Kontrak Kerja Sama Migas.

Metode Transfer Pricing

Mangoting (2000) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode transfer pricing yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan konglomerasi dan divisionalisasi /departementasi, yaitu:

1. Harga Transfer atas Dasar Biaya (Cost Based-Transfer Pricing)

Perusahaan yang menggunakan metode transfer atas dasar biaya menetapkan harga transfer atas biaya variabel dan tetap yang bisa dalam pemilihan bentuk yaitu: biaya penuh (full cost), biaya penuh ditambah mark-up (full cost plus mark-up) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap (variabel cost plus fixed fee).

2. Harga Transfer atas Dasar Harga Pasar (Market Basis Transfer Pricing)

Apabila ada suatu pasar yang sempurna, metode transfer pricing atas dasar harga pasar inilah merupakan ukuran yang paling memadai karena sifatnya yang independen. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan transfer pricing yang berdasarkan harga pasar.

3. Harga Transfer Negosiasi (Negotiated Transfer Pricing)

Dalam ketiadaan harga, beberapa perusahaan memperkenankan divisi-divisi dalam perusahaan yang berkepentingan dengan transfer pricing untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Harga transfer negosiasi mencerminkan prospektif kontrolabilitas yang inheren dalam pusat-pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggung jawab atas harga transfer yang dinegosiasikan.

Peraturan Direktur Jendral Pajak Mengenai Transfer Pricing

Untuk menyikapi isu-isu mengenai transfer pricing, pada awalnya pemerintah menerapkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Namun sejalan dengan berkembangnya transaksi multinasional kebijakan tersebut mengalami perubahan, dimana perubahan itu tercantum pada Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 mengenai: “Perubahan atas Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa”. Pada kebijakan yang baru tersebut, penyempurnaan dilakukan di beberapa pasal. Yang secara garis besar membahas tentang prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, ruang lingkup hubungan istimewa, azas kesebandingan, dan metode

transfer pricing. Kebijakan inilah yang nantinya akan menjadi pedoman dalam pencatatan tiap transaksi suatu perusahaan dengan perusahaan afiliasinya di luar negeri.

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

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian – penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang kemudaian digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Prastiwi *et al* (2017), dalam penelitiannya bertujuan untuk membuktikan pengaruh transaksi *multinationality*, pemanfaatan *Tax Haven Country* dan pemeriksaan pajak terhadap *Tax Aggressiveness*. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, dengan metode regresi. Hasil Penelitian menunjukkan pemanfaatan *Tax Heaven Countries* tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*, namun sebaliknya *multinationality* berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*. Seperti halnya Tax Heaven Country pemeriksaan Pajak tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*.

Selanjutnya yang dilakukan oleh Tiwa *et al* (2017) yang berjudul “ Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing terhadap penerapan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, data yang digunakan

adalah data sekunder penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah variabel pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, sedangkan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Yustiningarti (2017) berjudul “Pengaruh Asimetri Informasi, Mekanisme *Corporate Governance* dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba” penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh asimetri informasi, mekanisme *Corporate Governance*, dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba. Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif karena didalam penelitian ini bertujuan menguji hipotesis dengan validasi teori populasi menggunakan perusahaan yang terdaftar di BEI untuk penentuan sample didasarkan padapurposeful sampling. Untuk metode pengumpulan data digunakan metode studi pustaka dan dokumenter. Hasil dari penelitian ini adalah Asimetri informasi dan kompensasi bonus berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan Mekanisme *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Saraswati *et al*(2017) berjudul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive pada indikasi melakukan *Transfer Pricing*” penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling Incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*, data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, serta teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, metode pengumpulan data yaitu observasi nonparticipan. Regresi Logistik merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pajak dan tunneling incentive berpengaruh positif pada indikasi melakukan transfer pricing, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Sutjiati (2015) yang berjudul “*Transfer Pricing from The Perspective of Practitiners and Academics*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat berbagai praktisi mengenai *transfer pricing*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, Teknik dalam pengumpulan data dengan cara wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah polemik mengenai transfer pricing bertujuan untuk meningkatkan

kekayaan para pemilik modal. *Transfer Pricing* juga bukan hal yang biasa dikarenakan banyak cara untuk melakukannya dan diajarkan dalam berbagai literatur. Seharusnya pemerintah harus menyediakan iklim usaha dan atmosfer investasi yang menarik untuk bisnis sehingga keuntungan perusahaan akan di investasikan di dalam negeri, hal tersebut dapat mengurangi praktik *transfer pricing*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tahapan Penelitian

Tahapan dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 tahapan, yaitu :

1. Tahap persiapan, merupakan langkah awal dalam penelitian, dimana dalam tahap ini peneliti sudah mulai menetapkan hal apa yang akan ditelitinya.
2. Menentukan masalah penelitian, dimana dalam tahap ini peneliti akan melakukan studi pendahuluan.
3. Pengumpulan data, pada tahapan ini peneliti akan memulai penelitian dengan menentukan sumber data, yaitu buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan dari berbagai disiplin ilmu pada umumnya dan pada khususnya di bidang Akuntansi dan Perpajakan. Pada tahapan ini akan diakhiri dengan kegiatan pengumpulan data dengan cara observasi lapangan.
4. Analisis dan penyajian data, yaitu suatu kegiatan mengolah data dengan metode yang sudah ditetapkan dengan tujuan untuk mendapatkan suatu kesimpulan.

3.2. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2018.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012: 91). Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang digunakan.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. *Tunneling Incentive*

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan asset dan laba keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson dalam Pratama dan Siswantaya, 2014). *Tunneling Incentive* diprosikan merupakan proksi variable penelitian Refgia (2017) dan Mispiyanti (2015) yaitu dengan presentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan presentase 20% atau lebih, Yuniarsih (2012).

2. Mekanisme Bonus

Bonus merupakan pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja perusahaan (Mispiyanti, 2015). Bonus yang diberikan perusahaan dapat berupa tunjangan, komisi, insentif penjualan, atau kesejahteraan karyawan. Pemberian kompensasi bonus diukur dengan *dummy*, yang diambil dari penelitian Mispiyanti (2015) dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya nilai 0.

3. *Transfer Pricing*

Transfer Pricing dalam hal ini adalah penjualan produk dari satu divisi ke divisi yang lain yang mempunyai hubungan istimewa (Mispiyanti, 2015). *Transfer Pricing* dihitung dengan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak berelasi. Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak berelasi diberi nilai 1, sedangkan yang tidak melakukan penjualan kepada pihak berelasi diberi nilai 0 (Resianti,2016).

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, variable yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen dan variable independen dengan rincian sebagai berikut :

1. Variabel Dependen (Y)

Penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variable dependen. Dimana *transfer pricing* yang disimbolkan dengan (Y).

$$Y = \begin{cases} 0, & \text{tidak ada penjualan dengan pihak berelasi} \\ 1, & \text{ada penjualan dengan pihak berelasi} \end{cases}$$

2. Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah variable yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain.

1) $X_1 = \text{Tunneling Incentive}$

2) $X_2 = \begin{cases} 0, & \text{tidak ada bonus yang diberikan perusahaan} \\ 1, & \text{ada bonus yang diberikan perusahaan} \end{cases}$

3.3.1. Operasional Variabel

Definisi operasional variable penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini :

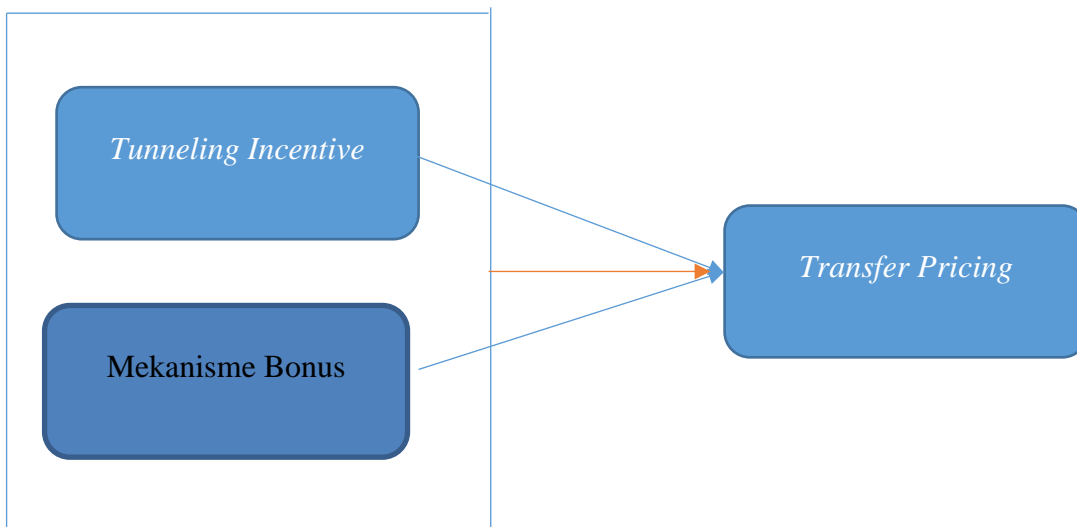
Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel yang diukur	Indikator	Skala
VARIABEL DEPENDEN (Y)		
<i>Transfer Pricing</i>	Ada tidaknya transaksi kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa yang tercantum pada catatan atas laporan keuangan	<i>Dummy</i>
VARIABEL INDEPENDEN (X)		
<i>Tunneling Incentive</i>	Jumlah kepemilikan saham asing yang tercantum pada catatan atas laporan keuangan	Nominal
Mekanisme Bonus	Dijelaskan dalam catatan atas laporan keuangan (bonus dan tantiem). Ada tidaknya bonus yang diberikan perusahaan.	<i>Dummy</i>

Pada penelitian ini dalam memproksikan variabel *Transfer Pricing*, menggunakan variabel *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan yang melakukan penjualan dengan pihak yang berelasi sedangkan yang lainnya diberi nilai 0, untuk variabel *Tunneling Incentive* yang diproksikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali. Sedangkan untuk mekanisme bonus dengan *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya diberi nilai 0.

3.4. Model Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *expost facto*. *Expost facto* merupakan salah satu metode penelitian dengan melakukan pengumpulan terhadap data atas fakta, peristiwa atau kejadian yang telah lalu, artinya data dikumpulkan setelah semua kejadian selesai berlangsung. Sifat penelitian *expost facto* yaitu peneliti tidak memiliki control terhadap variabel, dan peneliti tidak mengadakan pengaturan atau manipulasi terhadap variabel. Adapun Model penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



3.5. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah kausal komparatif. Tujuan dari penelitian kausal komparatif adalah untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat antara variable independent (variabel yang mempengaruhi) terhadap variable dependen (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian terhadap masalah yang diteliti, maka diperlukan data yang relevan untuk mendukung penelitian tersebut. Untuk itu diperlukan data yang dapat dipercaya dan juga diperlukan suatu Teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Penelitian Lapangan

Dengan penelitian lapangan, peneliti mengumpulkan data-data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2018. Perolehan data berasal dari dokumentasi laporan keuangan tahunan melalui akses internet www.idx.co.id.

2. Penelitian Kepustakaan

Dengan cara mengumpulkan bahan atau data-data yang berkaitan dengan objek pembahasan dimana data-data tersebut diperoleh melalui penelitian kepustakaan yaitu dengan mempelajari, meneliti, mengkaji dan menelaah buku-buku, jurnal akuntansi, dan karya tulis lainnya. Riset kepustakaan ini untuk memperoleh data sekunder yang sangat membantu dan memudahkan penyusunan penelitian dari segi teori yang sangat erat hubungannya dengan judul yang dipilih.

3.7. Data dan Sampel Penelitian

3.7.1. Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, baik yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) berupa Catatan Atas Laporan Keuangan dan Laporan Laba Rugi Komprehensif perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 hingga 2017. Sebagian besar penanam modal asing dilakukan pada perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan diluar negeri.

3.7.2. Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2018. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang digunakan.

3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi logistik (*logistic regression*). Alasan menggunakan regresi logistik (*logistic regression*) ini karena variabel dependen bersifat dummy (melakukan pergantian KAP dan tidak melakukan pergantian KAP). Data yang digunakan bersifat kategorik (*non metrik*) pada variabel dependen. Sedangkan pada variabel independen data yang digunakan merupakan campuran antara skala sehingga menyebabkan perubahan fungsi menjadi logistik dan tidak membutuhkan asumsi normalitas data pada variabel independennya. Analisis ini menguji apakah terjadinya variabel dependen dapat diprediksi variabel independen (Ghozali, 2016:321).

Dalam penelitian ini dilakukan pengolahan data dengan menggunakan komputer program Statistical Product and Service Solution (SPSS) V24 yang merupakan program

aplikasi yang digunakan untuk melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan komputer. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan atau penyusunan data dalam bentuk tabel dan grafik. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama. Analisis tersebut disajikan menggunakan tabel statistic descriptive yang memaparkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (standard deviation) (Ghozali, 2016:19).

3.8.2. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi logistik. Analisis regresi logistik mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Regresi logistik adalah regresi yang digunakan untuk menguji sejauh mana probabilitas terjadinya variabel dependen dapat diprediksi dengan variabel independen. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikan (α) 5 % (Ghozali, 2016:321).

Pada teknik analisis regresi logistik tidak memerlukan asumsi normalitas data pada variabel bebasnya karena sebelum pengujian hipotesis dilakukan, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menilai kelayakan model regresi dan menilai model fit. Fungsi dari menilai kelayakan model regresi dan menilai model fit merupakan pengganti dari uji asumsi klasik (Ghozali, 2016:339). Dalam melakukan analisis regresi logistik, dilakukan pengujian sebagai berikut :

3.8.2.1. Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Menurut Ghozali (2016:328) langkah pertama yang dilakukan adalah menilai keseluruhan model dalam penelitian ini digunakan untuk menilai model yang dihipotesiskan telah fit atau tidak dengan data. Hipotesis yang digunakan untuk menilai model fit adalah sebagai berikut:

H_0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data

H_a : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Dari hipotesis ini berarti tidak akan menolak hipotesis nol agar model fit dengan data. Statistik yang digunakan berdasarkan fungsi likelihood. Likelihood L dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input. Untuk menguji hipotesis nol dan alternatif, L ditransformasikan menjadi $-2\log L$. Dalam Ghozali (2016:328) diungkapkan jika nilai $-2LL$ block number = 0 lebih besar dari pada nilai $-2LL$ block number = 1, maka menunjukkan model regresi baik. Penurunan likelihood ($-2\log L$) menunjukkan model regresi lebih baik itu berarti model dihipotesiskan fit dengan data.

3.8.2.2. Menguji Kelayakan Model Regresi

Pengujian kelayakan model regresi yang dinilai dengan menggunakan Hosmer And Lameshow's Goodness of Fit Test. Hosmer And Lameshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok dan sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai statistik Hosmer And Lameshow's Goodness of Fit Test sama dengan atau kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga Goodness of Fit model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik Hosmer And Lameshow's Goodness of Fit Test lebih besar dari pada 0.05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima sesuai dengan data observasinya (Ghozali, 2016:329).

3.8.2.3. Koefesien Determinasi (Nagelkerke R Square)

Koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen. Besarnya nilai koefesien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan dengan nilai Nagelkerke R Square. Nilai Nagelkerke R Square menunjukkan variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian. Nagelkerke R Square merupakan modifikasi dari koefisien Cox dan Snell untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 (nol) sampai 1 (satu).

Nilai Nagelkerke R Square dapat diinterpretasikan seperti nilai R square. Nilai R² yang mendekati nol menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai R² yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabilitas variabel dependen (Ghozali, 2016:329).

3.8.2.4. Matriks Klasifikasi

Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan auditor switching yang dilakukan oleh perusahaan. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan terjadinya variabel terikat dinyatakan dalam persen. Dalam tabel 2 x 2 terhitung nilai estimasi yang benar (correct) dan salah (incorrect). Tabel klasifikasi tersebut menghasilkan ketepatan secara keseluruhan (Ghozali, 2016:329).

3.8.2.5. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik T)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen digunakan tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai thitung < ttabel pada taraf signifikan 0,05 maka H_a ditolak, sedangkan jika nilai thitung > ttabel maka H_a diterima. Atau dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016:97).

3.8.2.6. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016 :96).

3.9. Pengembangan Hipotesis

3.9.1. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Munculnya *tunnelling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya. Jika praktek *transfer pricing* dalam *tunnelling* ini dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan anak yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya. Atau bahkan apabila perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku itu juga akan sangat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan anak, dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang tidak lain adalah pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut. Berbeda halnya dengan yang dialami oleh pemegang saham minoritas yang jelas dirugikan oleh adanya praktik ini, yaitu deviden yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Lailiyul,2015).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan yang dilakukan oleh Saraswati dan kawan (2017) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *tunnelling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan hipotesis yang dapat diajukan:

Ha₁: *Tunneling Incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

3.9.2. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti (2010) bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer diperusahaan dapat melakukan perekayasa terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal. Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang menghasilkan laba untuk divisi atau subunit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan yang dilakukan oleh Saraswati dan kawan (2017) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan hipotesis yang dapat diajukan:

Ha₂: Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

3.9.3. Pengaruh *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Secara Simultan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling muncul dikarenakan masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas, jika praktek *transfer pricing* dalam *tunnelling* ini dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan anak yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya. Atau bahkan apabila perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku itu juga akan sangat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan anak, dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang tidak lain adalah pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut.

Berbeda halnya dengan yang dialami oleh pemegang saham minoritas yang jelas dirugikan oleh adanya praktik ini, yaitu deviden yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan, Lailiyul (2015). Sejalan dengan praktik *tunnelling* ini, dimana perusahaan induk membeli barang dari perusahaan anak dengan harga jauh dibawah harga pasar dan volume transaksi tersebut *intens*, maka akan berdampak pada Bonus yang didapatkan dan hal tersebut juga bisa mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing*.

Ha3: Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus berpengaruh secara simultan terhadap keputusan *transfer pricing*.

3.10. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Mar	April- Mei	Juni- Juli	Agst	Sep	Okt	Nov	Des
1	Persiapan Studi	■	■						
2	Mencari Literatur		■	■					
3	Pengumpulan Data			■	■	■			
4	Pengolahan Data					■	■		
5	Menganalisis Hasil Olah Data						■	■	
6	Penyusunan Laporan								■

Penelitian ini sudah mulai dipersiapkan dan di review sejak pebruari 2019 dan baru mulai dikerjakan sejak awal maret 2019, dengan melalui berbagai tahapan-tahapan maka penelitian ini baru dapat diselesaikan pada pertengahan bulan Desember 2019 dengan gambaran seperti yang tertera pada table di atas.

3.11. Ralisasi Anggaran Penelitian

Realisasi Pengeluaran Penelitian			
A. Bahan Habis Pakai			
1	Pembelian 2 buah Flasdisk @ Rp. 100.00	IDR	200,000
2	Pembelian kertas HVS 2 Rim @ Rp. 50.000	IDR	100,000
3	Pembelian Paket Data 6 bulan @ Rp. 100.000	IDR	600,000
4	Pembelian Pulsa Hp 6 Bulan @ Rp. 50.000	IDR	300,000
Total Biaya Habis Pakai			<hr/> IDR 1,200,000
B. Biaya Perjalanan			
1	Peneliti 1	IDR	250,000
2	Peneliti 2	IDR	250,000
Total Biaya Perjalanan			<hr/> IDR 500,000
C. Penyusunan Proposal dan Laporan Penelitian			
1	Pembuatan Proposal	IDR	100,000
2	Biaya Rekap dan Olah Data	IDR	1,000,000
3	Penyusunan Laporan	IDR	100,000
Total Biaya Penyusunan Proposal dan Laporan Penelitian			<hr/> IDR 1,200,000
D. Honor Peneliti			
1	Peneliti 1	IDR	400,000
2	Peneliti 2	IDR	200,000
			<hr/> IDR 600,000
Grand Total Biaya Penelitian			<hr/> IDR 3,500,000

BAB 4
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Data yang disajikan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur tahun 2012 – 2018. Jumlah perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur yang terdaftar (*listed*) di BEI pada tahun 2012 hingga tahun 2018 adalah sebanyak 143 perusahaan. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan yang dianggap layak untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Proses pengambilan sampel dijelaskan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Kriteria Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2018	143
2	Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan saham diatas 20% sebagai pengendali saham oleh perusahaan asing	47
3	Perusahaan sampel yang mengalami kerugian selama tahun 2012-2018	33
4	Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> (laporan tahunan) secara berturut-turut	16
5	Perusahaan sampel yang menyajikan <i>annual report</i> (laporan tahunan) dalam satuan jenis mata uang yaitu dolar AS	11
6	Dari yang memenuhi kriteria tersebut ada beberapa yang tidak memiliki data yang tidak diperlukan oleh penelitian ini	6
	Jumlah Sampel	30
	Tahun Penelitian	7
	Total Jumlah Sampel	210

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sample adalah daftar perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia berjumlah 143 perusahaan, dari angka tersebut dilakukan eliminasi dengan kriteria perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan saham diatas 20% sebagai pengendali saham asing terdapat 47 perusahaan, perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun penelitian berjumlah 33 perusahaan, perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama tahun penelitian berjumlah 16, perusahaan yang menyajikan mata uang Dolar AS sebanyak 11 perusahaan, dan yang terakhir perusahaan yang tidak memiliki data yang diperlukan oleh penelitian ini sebanyak 6 perusahaan. Sehingga dapat diketahui total yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah sebanyak 210 laporan tahunan perusahaan manufaktur selama 7 tahun dimulai dari tahun 2012 hingga tahun 2018 yang berasal dari 30 perusahaan yang memenuhi kriteria. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang meliputi :

Tabel 4.2
Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk
2	SMCB	Holcim Indonesia Tbk
3	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
4	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk
5	TOTO	Surya Totot Indonesia Tbk
6	BTON	Beton Jaya Manunggal Tbk
7	LION	Lion Metal Works Tbk
8	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
9	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
10	SRSN	Indo Acitama Tbk
11	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk
12	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
13	ASII	Astra International Tbk
14	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk
15	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk
16	JECC	Jembo Cable Company Tbk
17	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk
18	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
19	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
20	DLTA	Delta Djakarta Tbk
21	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk

22	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
23	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
24	SKLT	Sekar Laut Tbk
25	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
26	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
27	MERK	Merck Tbk
28	SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk
29	TCID	Mandom Indonesia Tbk
30	UNVR	Unilever Tbk

Penelitian ini menguji pengaruh *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Penelitian ini merupakan penelitian untuk mengetahui adanya indikasi kegiatan *transfer pricing* antar perusahaan yang kegiatannya operasionalnya melewati batas Negara, atau biasa disebut sebagai perusahaan multinasional. Seperti kita ketahui bahwasanya transfer pricing biasa digunakan sebagai alat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu khususnya menurunkan dan menaikkan laba.

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh antar 2 variabel independen atau variabel bebas yaitu *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu *transfer pricing* sehingga diperoleh tiga hipotesis, yaitu hipotesis pertama menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Hipotesis kedua menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dan hipotesis ketiga menyatakan bahwa *tunneling incentive* serta mekanisme bonus berpengaruh secara simultan terhadap *transfer pricing*.

4.2. Metode Analisis Data

4.2.1. Hasil statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat Profitabilitas Perusahaan Manufaktur. Pengukuran dalam penelitian ini dengan cara menghitung nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari masing-masing variabel didalam penelitian. Hasil analisis akan ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Analisis Statistik Deskriptif

	Transfer Pricing	Tunneling Incentive	Mekanisme Bonus
Mean	0.933333	0.472267	0.380952
Maximum	1.000000	0.927000	1.000000
Minimum	0.000000	0.051000	0.000000
Std. Dev	0.250040	0.251057	0.486781
Observations	210	210	210

Sumber : Hasil Output SPSS V.24

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini diketahui sebanyak 210 sampel data penelitian yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tersedia di www.idx.co.id dalam periode 2012-2018. Jumlah sampel diambil dari 30 perusahaan manufaktur dikalikan dengan periode 7 tahun, sehingga jumlah data menjadi 210.

Berdasarkan hasil output spss v. 24 pada tabel 4.3, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel *tunneling incentive* memiliki nilai minimum 0,051000 yang menunjukkan bahwa kepemilikan saham asing pada perusahaan sampel yang di teliti sebesar 5,1% (Indocement Tunggal Prakasa Tbk) dan nilai maksimum 0,927000 yang menunjukkan bahwa kepemilikan saham asing pada perusahaan sampel yang diteliti sebesar 92,7% (Darya Varia Laboratoria Tbk). Untuk standar deviasi variable *tunneling incentive* memiliki 0,251057 dan nilai rata-ratanya (*mean*) 0,472267. Nilai standar deviasi *tunneling incentive* lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata (*mean*) yang menunjukkan bahwa simpangan baku *tunneling incentive* relatif baik.

2. Variabel mekanisme bonus dikarenakan memakai variabel dummy sehingga memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 1. Untuk nilai standar deviasi variable mekanisme bonus memiliki 0.486781 dan nilai rata-rata (*mean*) 0.380952. Nilai standar deviasi mekanisme bonus lebih besar dibandingkan nilai rata-rata (*mean*) yang menunjukkan bahwa simpangan baku mekanisme bonus relatif kurang baik.
3. Variabel *transfer pricing* dikarenakan memakai variabel dummy sehingga memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 1. Untuk nilai standar deviasi variable *transfer pricing* memiliki 0.250040 dan nilai rata-rata (*mean*) 0.933333. Nilai standar deviasi *transfer pricing* lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata (*mean*) yang menunjukkan bahwa simpangan baku *transfer pricing* relatif baik.

4.2.2. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi logistik, yang terdiri dari menilai model fit dan keseluruhan model (*overall model fit*), menilai kelayakan model regresi (*goodness of fit test*), *matrik klasifikasi* (ketepatan prediksi), uji hipotesis secara parsial dan uji hipotesis secara simultan. Berdasarkan data yang disajikan setelah diolah dengan program aplikasi computer *Statistical Package for the Science* (SPSS) versi 24.0 dan Microsoft Excel maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

4.2.2.1. Menilai Model Fit dan Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Analisis pertama yang dilakukan adalah menilai *overall model fit* terhadap data. Hipotesis untuk menilai model fit adalah :

H_0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data.

H_a : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai antara $-2 \log \text{likelihood}$ ($-2LL$) pada awal (*block number* = 0) dengan nilai $-2 \log \text{likelihood}$ ($-2LL$) pada akhir (*block number* = 1). Pengurangan nilai antara $-2LL$ awal dengan $-2LL$ akhir menunjukkan bahwa model regresi baik (Ghozali, 2016:328). Tabel 4.4 menyajikan perbandingan nilai $-2LL$ awal dengan $-2LL$.

Tabel 4. 4
Overall Model Fit
 -2 Log Likelihood Awal dan -2 Log Likelihood Akhir

-2 Log Likelihood Awal <i>(block number = 0)</i>	116.871
-2 Log Likelihood Akhir <i>(block number = 1)</i>	102,871

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh informasi bahwa nilai -2 Log Likelihood awal sebelum dimasukkan variabel independen sebesar 116,871 dan setelah dimasukkan variabel independen nilai -2 Log Likelihood akhir mengalami penurunan menjadi 102.871. Dengan demikian terlihat bahwa nilai -2 log likelihood *block number = 0* lebih besar dibanding nilai -2 log likelihood *block number = 1*. Adanya Penurunan nilai -2 log likelihood ini dapat diartikan bahwa penambahan variabel bebas ke dalam model menunjukkan bahwa model regresi lebih baik atau dengan kata lain H_0 diterima.

4.2.2.2. Menilai Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)

Pengujian kelayakan model *regresi logistic* dilakukan dengan menggunakan *Goodness of Fit Test* yang diukur dengan nilai *Chi-Square*. Jika nilai signifikansi *Chi-Square* sama dengan atau kurang dari 0,05 maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikansi antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness of Fit Test* tidak baik karena model tidak dapat mendeskripsi nilai observasinya. Jika nilai signifikansi *Chi-Square* lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu menilai obesrvasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya. Tabel 4.5 menyajikan hasil pengujian kelayakan model regresi.

Tabel. 4.5.
Goodness of Fit Test

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	17.823	8	.113

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian *hosmer and lemeshow*, dengan probabilitas signifikansi menunjukkan angka 0,113. Nilai signifikansi yang diperoleh ini lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 diterima. Hal ini berarti bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klarifikasi yang diprediksi dengan klarifikasi yang diamati. Dengan kata lain, model regresi mampu memprediksi nilai observasinya.

4.2.2.3. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel-variabel independen mampu memperjelas variabilitas variabel dependen. Koefisien determinasi pada *regresi logistic* dapat dilihat pada nilai *Nagelkerke R Square*. Tabel 4.6 menyajikan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 4.6
Nagelkerke R Square

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	68.776 ^a	.150	.387

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than .001.

Berdasarkan tabel 4.6 tersebut, besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi menunjukkan bahwa nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,387. Hal ini berarti menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen

adalah sebesar 39%. Sisanya sebesar 61% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

4.2.2.4. Matriks Klarifikasi

Tabel matriks klarifikasi akan menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil pengujian matriks klarifikasi disajikan pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Matriks Klarifikasi
Classification Table^{a,b}

Observed		Predicted		Percentage Correct
		Tdk ada Transfer Pricing	Ada Transfer Pricing	
Step 0	Tdk ada Transfer Pricing	0	14	6.7
	Ada Transfer Pricing	0	196	93.3
Overall Percentage				100

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is .500

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa kemungkinan adanya perusahaan yang melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 93.3 %. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang digunakan, terdapat sebanyak 196 perusahaan yang diprediksi akan melakukan *transfer pricing* dari total 210 perusahaan yang melakukan *transfer pricing* dan kemungkinan adanya perusahaan yang tidak melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 6,7 %, yang berarti model regresi yang digunakan ada sebanyak 14 perusahaan yang di prediksi tidak akan melakukan *transfer pricing*.

4.2.2.5. Uji Hipotesis Secara Parsial

Pada dasarnya, uji hipotesis secara parsial menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen (*tunneling incentive* dan mekanisme bonus) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (*transfer pricing*) digunakan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4.8
Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.807	.035		22.945	.000
	Tunneling_Incentive	.378	.077	.379	4.917	.000
	Mekanisme_Bonus	-.136	.040	-.264	-3.429	.001

a. Dependent Variable: Transfer_Pricing

Ho₁: *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Ha₁: *Tunneling Incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Berdasarkan tabel 4.8 hasil penelitian terhadap opini auditor menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka Ho₁ ditolak dan Ha₁ diterima. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Tunneling Incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Ho₂ : Mekanisme Bonus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Ha₂ : Mekanisme Bonus berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Berdasarkan tabel 4.7 hasil penelitian terhadap *transfer pricing* menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka Ho₁ ditolak dan Ha₁ diterima. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variable mekanisme bonus berpengaruh secara signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

4.2.2.6. Uji Hipotesis Secara Simultan

Pada dasarnya, uji pengaruh secara simultan menunjukkan apakah semua variabel independen (*tunneling incentive* dan mekanisme bonus) yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (*transfer pricing*). Tabel 4.9 menyajikan hasil uji pengaruh secara simultan.

Tabel 4.9
Uji Hipotesis Secara Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.417	2	.708	12.588	.000 ^b
	Residual	11.650	207	.056		
	Total	13.067	209			

a. Dependent Variable: Transfer_Pricing

b. Predictors: (Constant), Mekanisme_Bonus, Tunneling_Incentive

H₀₃ : Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan *Transfer pricing*.

H_{a3} : Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Rumus yang dipakai dalam uji F untuk Ftabel adalah $F = F(\alpha) (k;n-k)$, (α) yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5%, k yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas, dan n atau sampel sebanyak 210 data perusahaan. Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai F_{hitung} sebesar $12,588 > F_{tabel} 2,65$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Pengaruh variabel *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing* dan hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive* maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Munculnya *tunneling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda masing-masing pihak. *Tunneling* lebih besar terjadi pada struktur kepemilikan terkonsentrasi rendah.

Dengan kata lain *tunneling* lebih besar dilakukan pada pemegang saham mayoritas daripada pemegang saham minoritas. *Tunneling* pada struktur kepemilikan terkonsentrasi disebabkan oleh beberapa hal yaitu

1. Pemegang saham mayoritas mempunyai insentif dan kemampuan untuk melakukan transaksi-transaksi dengan harga tertentu,
2. Lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas,
3. pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan – keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingan pemegang saham mayoritas dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas.

Tunneling incentive dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk memperoleh manfaat privat yaitu transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Jika praktek *transfer pricing* dalam *tunneling* ini dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan anak, yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya. Atau bahkan apabila perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku juga akan sangat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan anak, dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang tidak lain adalah perusahaan pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut. Berbeda halnya dengan yang dialami oleh pemegang saham minoritas yang jelas dirugikan oleh

adanya praktik ini, yaitu deviden yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebasan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan, Lailiyul (2015).

Tunneling juga dapat dilakukan dengan mempertahankan posisi/jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual asset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi).

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2017) *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, dimana transaksi tunneling 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 diluar negeri untuk menurunka laba sehingga dapat mengurangi beban pajak grup perusahaan.

Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiwa (2017) dimana kepemilikan saham asing atau *tunneling* ini tidak berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing* hal ini mengindikasikan bahwa presentasi kepemilikan asing suatu perusahaan bukan menjadi suatu tolak ukur dalam keinginan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Adapun keinginan pemegang saham asing pengendali untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi menjadi tidak relevan karena kepemilikan asing perusahaan sampel tidak dalam bentuk keluarga sedarah, sehingga tindakan ekspropriasi tidak mudah dilakukan karena pengambilan keputusan manajerial memerlukan persetujuan dari direksi.

4.3.2. Pengaruh variabel Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian variabel mekanisme bonus pada tabel 4.8 yang diukur Variabel ini diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1 memiliki koefisien negatif 0,136 dengan nilai signifikansi 0,01 yang berarti H_0 diterima.

Hasil ini mendukung teori akuntansi positif yang menjelaskan para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi dalam setiap periode. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang

dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin.

Teori keagenan tidak sesuai untuk hasil penelitian ini, karena didalam teori keagenan telah dijelaskan hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Dalam hubungan keagenan (agency relationship) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2014) yang menyatakan mekanisme bonus pajak berpengaruh terhadap transfer pricing. Karena dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Dalam hal ini, pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya.

4.3.3. Pengaruh variabel *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan *transfer pricing*, hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Sesuai dengan penelitian Saraswati (2017) dimana *tunneling incentive* dan mekanisme bonus dapat berpengaruh secara simultan terhadap kegiatan *transfer pricing*.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris tentang pengaruh *tunneling Incentive* dan Mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik melalui program spss v 24. Total data sampel adalah sebanyak 210 pengamatan dari seluruh perusahaan yang delisting di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2018.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Tunneling Incentive* menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
2. Variabel Mekanisme Bonus menunjukkan bahwa variabel Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
3. Variabel *Tunneling Incentive* dan Mekanisme bonus berpengaruh secara simultan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan analisis dan enterpretasi hasil, maka peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pemilihan indikator hanya didasarkan pada ketersediaan informasi yang ada pada *annual report*, namun kadang informasi disajikan didalam *annual report* terlalu minim sehingga didalam mencari informasi masih terdapat objektivitas dalam menentukan nilai yang dibutuhkan.
2. Teori yang berkaitan dengan *Tunneling Incentive* dan Mekanisme bonus masih terlalu minim, sehingga penulis masih terdapat kesulitan untuk menentukan teori yang dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan teori yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mendukung hasil penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Bursa Efek Indonesia di website www.idx.co.id
- Ghozali, Imam 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program*, Semarang: Balai Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliani, Henny., Budi Ispriyarso, Ayu Ida Sentanu, 2016. *Analisis yuridis terhadap transfer pricing sebagai upaya tax avoidance (penghindaran pajak)*. *Diponegoro Law Review*, Vol. 5, No. 2.
- Lailiyul, Wafiroh dan Novi, 2015. *Pengaruh pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme bonus pada keputusan Transfer Pricing perusahaan manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2013*, *Jurnal Universitas Islam Negeri Malang*.
- La Porta, R. et al. *Investor Production and Corporate Governance*, *Journal Of Financial Economics*, 3-27
- Martini (2011), *Transfer pricing for coordination and profit allocation*. *International Journal Of Education and Research*.
- Mispiyanti, 2015. *Pengaruh pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi dan investasi* Vol16, Juny 2015, Page 62-74.
- Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tanggal 11 November 2011 tanggal 6 September 2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa.
- Prastiwi,Hajjar Damayanti, Dewi Prastiwi,2017. *Peran OECD Dalam Meminimalisasi Upaya Tax Agresiveness Pada Perusahaan Multionality*. *Jurnal Akuntansi Akuntansi Multiparadigma*, Vol. 8 No. 1.
- Refgia, Thesa 2017. *Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sujiati, Rosemarie (2015), *Transfer pricing from the practitiners and academics*. *International Journal Of Education and Research*. Vol 3 No. 12

- Saraswati, Gusti Ayu., I Ketut Sujana (2017), *Pengaruh pajak mekanisme bonus, dan tunneling incentive pada indikasi melakukan transfer pricing*.E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol 19.2
- Tiwa, 2017. *Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing terhadap penerapan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015*. Jurnal EMBA, Vol 5 No. 2.
- Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009.
- Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008.
- Yuniasih, N.W., Ni Ketut, R, dan Made Gede, W. 2012, *Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal dan Prosiding SNA-Simposium Nasional Akuntansi 2012.
- Yustiningarti, Norma Dwi., Nur Fsadjrih Asyik, 2017. *Pengaruh asimetri informasi, mekanisme corporate governance, dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba*.Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol. 6 No.9.