

# ANALISIS PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN BONUS PLAN TERHADAP TRANSFER PRICING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MULTINASIONAL YG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA)

<sup>1</sup>Antoni

<sup>2</sup>Ratih Juwita

<sup>1</sup> Universitas Gunadarma, antoni@staff.gunadarma.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Gunadarma, ratih\_j@staff.gunadarma.ac.id

## ABSTRAK

*Transfer pricing, merupakan kebijakan yang dilakukan perusahaan dalam menentukan harga transfer pada barang dan jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pajak, tunneling incentive dan bonus plan terhadap transfer pricing studi empiris pada perusahaan multinasional. Populasi penelitian ini adalah perusahaan multinasional pada tahun 2016. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling, dan diperoleh 90 unit analisis sebagai objek pengamatan. Alat analisis adalah regresi logistik dengan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak saja yang berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing. Sementara tunneling insentif dan bonus plan tidak berpengaruh signifikan pada harga transfer.*

*Kata Kunci: Transfer Pricing, tunneling incentive, bonus plan*

## PENDAHULUAN

Keberadaan *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*. Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi

karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.

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 adalah 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. 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 hal ini,

laba bagi penjual / produsen rendah, laba bagi pembeli juga rendah.

Laba tinggi ada di agent yang berada dinegara yang pajaknya rendah. Selain beban pajak, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh kepemilikan saham. Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik (Claessens *et al*, 2000), sehingga muncul konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Masalah keagenan terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali pada keputusan daripada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas. Hal lain yang membuat konflik keagenan ini adalah lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens, *et al* 2002). Istilah "tunneling" pada awalnya digunakan untuk menggambarkan "pengambilalihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko seperti pemindahan aset melalui sebuah terowongan bawah tanah (*tunnel*).

Beberapa penelitian mengenai *tunneling incentive* telah dilakukan. Menurut Mutamimah (2008) menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik saham mayoritas terhadap pemilik saham minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. *Tunneling incentive* itu sendiri pada awalnya digunakan untuk menggambarkan

pengambilalihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko.

Menurut Lo *et al.*, (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk.

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.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan multinasional yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016, dengan alasan karena praktik *transfer pricing* ini terjadi hanya dalam perusahaan-perusahaan multinasional yang memiliki anak

perusahaan di luar negeri. Penggunaan sampel selama 1 tahun cukup untuk menggambarkan tentang kondisi perusahaan multinasional di Indonesia yang melakukan praktik *transfer pricing*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan menggabungkan dan menguji kembali pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang berupa laporan keuangan auditan, *annual report* perusahaan multinasional yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2016. Dasar penentuan pemilihan sampel adalah sampel yang memenuhi kelengkapan data. Metode pengumpulan sampel (*sampling method*) yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode pengumpulan sampel yang berdasarkan tujuan penelitian. Perusahaan multinasional dipilih menjadi sampel yang diambil dalam penelitian ini karena perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang memiliki anak perusahaan maupun induk perusahaan di dua negara atau lebih sehingga dengan demikian tipe perusahaan multinasional lebih mudah untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Hal ini dilakukan

dengan harapan agar tidak menimbulkan bias bagi tujuan penelitian ini. Adapun sampel penelitian ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan multinasional yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2016.
2. Perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan asing minimal 25%.
3. Perusahaan yang memperoleh laba pada tahun 2016

Dari seluruh perusahaan yang telah listing di Bursa Efek Indonesia diperoleh data sebagai berikut (Tabel 1).

#### a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Transfer Pricing*, *transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu devisi yang ditransfer ke devisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Perhitungan *transfer pricing* menggunakan dami. Sehingga jika perusahaan melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa, maka diberikan nilai 1 (satu) . Sedangkan jika perusahaan tidak melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa, maka diberikan nilai 0 (nol).

#### b. Variabel Independen (X)

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Pajak (X1)

Beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan maupun badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai salah satu sector penerimaan pendapatan negara. Perhitungan beban pajak dilihat dari beban pajak bersih yang ditanggung perusahaan, yaitu dengan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense* (Hartati, 2014) sehingga dalam

perhitungan nantinya dalam olah data nilai dari beban pajak diubah menjadi log natural agar dapat diolah ke dalam SPSS v21.

##### 2. Tunneling incentive (X2)

*Tunneling incentive* merupakan pengambilalihan pemegang saham minoritas. Perhitungan dari *tunneling incentive* diproksikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 25% diberikan nilai 1 (satu), dan diberi nilai 0 (nol) jika dibawah 25% (Yuniasih, 2012).

##### 3. Bonus Plan (X3)

Bonus plan merupakan salah satu strategi dalam akuntansi yang bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen perusahaan, dengan begitu pihak direksi atau manajemen akan berusaha untuk bekerja keras termasuk melakukan kegiatan *transfer pricing* agar memperoleh bonus pada periode berikutnya. Mekanisme bonus dapat diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun terhadap laba bersih tahun t-1 (Yuniasih, 2012).

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam analisis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan model regresi logistik (*logistic regression*) dengan bantuan SPSS v.21. Alasan penggunaan alat analisis regresi logistik (*logistic regression*) adalah karena variabel dependen bersifat dikatomi (berganti atau tidak berganti auditor). Asumsi

*normal distribution* tidak dapat dipenuhi karena variabel bebas merupakan campuran antara variabel kontinu metrik) dan kategorial (non-metrik). Sehingga dapat dianalisis dengan regresi logistik (*logistic regression*) karena tidak perlu asumsi normalitas data pada variabel bebasnya.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan perusahaan sampel yang melakukan *transfer pricing* sebanyak 86 perusahaan atau 95,6 % dan yang tidak melakukan

*transfer pricing* sebanyak 4 perusahaan atau 4,4 % dari 90 perusahaan multinasional tahun 2016.

#### Beban Pajak

Variabel independen dalam penelitian ini adalah beban pajak, beban pajak diukur dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense*. Hasil analisis deskriptif variabel beban pajak dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 1.**  
**Hasil Analisis Kelas Frequency Variabel Publikasi Transfer Pricing**

	Frequency	Percent	% Valid	% Cumulative
TIDAK	4	4,4	4,4	4,4
Valid				
ADA	86	95,6	95,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS V.21, 2014

**Tabel 3.**  
**Hasil Analisis Deskriptif Variabel Beban Pajak**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Beban_Pajak	90	424,00	6859000,0	622611,9	1285849,744
Valid N (listwise)	90		0	9	79

Sumber : Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS V.21, 2015

**Tabel 4.**  
**Hasil Analisis Kelas *Frequency* Variabel Publikasi *Tunneling incentive***  
**Tunneling\_Incentive**

	Frequency	Percent	% Valid	% Cumulative
N	61	67,8	67,8	67,8
Valid				
ASING				
ASING	29	32,2	32,2	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Sumber : Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS V.21, 2015

**Tabel 5.**  
**Hasil Analisis Kelas *Frequency* Variabel Mekanisme Bonus**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Mekanisme_Bonus	90	-8,22	58,86	1,2533	7,46527
Valid N (listwise)	90				

Sumber : Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS V.21, 2015

**Tabel 6.**  
**Perbandingan antara *-2LL* awal dengan *-2LL* akhir**

<i>-2LL</i> awal ( <i>Block number = 0</i> )	33,192
<i>-2LL</i> akhir ( <i>Block number = 1</i> )	15,804

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS V.21, 2015

**Tabel 7.**  
**Menilai Kelayakan Model Regresi Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	Df	Sig
1	1,167	8	,995

**Tabel 8.**  
**Regresi Logistik Variabel In the Equation Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Beban_Pajak	,000	,000	8,950	1	,003	1,000
Tunneling_Incentive	17,40	7306,736	,000	1	,998	32818864,
Step 1 <sup>a</sup> ve(1)	7					333
Mekanisme_Bonus	,034	,499	,004	1	,949	1,033
Constant	4,322	1,083	16,008	1	,000	76,115

a. Variable(s) entered on step 1: Beban\_Pajak, Tunneling\_Incentive, Mekanisme\_Bonus.

Tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan sampel yang memiliki beban pajak paling rendah sebesar 424 sedangkan perusahaan yang memiliki beban pajak paling tinggi sebesar 6.859.000,- . Nilai rata-rata yang diperoleh dari beban pajak adalah sebesar 622.611,9889 lebih kecil dari standar deviasinya yaitu sebesar 1.285.849,74479 menunjukkan rata-rata perusahaan sampel mampu menghasilkan laba bersih setelah bunga dan pajak 622.611,9889 dari penjualan bersihnya.

### ***Tunneling incentive (X2)***

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive*, *tunneling incentive* diprosikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 25% diberikan nilai 1 (satu), dan diberi nilai 0 (nol) jika dibawah 25%. Hasil *frequency* variabel dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel diatas menunjukkan perusahaan sampel yang memiliki saham diatas 25% (ASING) sebanyak 29 perusahaan atau 32,2 % dan perusahaan yang memiliki saham dibawah 25% (N ASING) sebanyak 61 atau 67,8 %. Hal ini menunjukkan sebagian besar perusahaan sampel kepemilikan sahamnya masih dibawah 20 %.

### **Mekanisme Bonus**

Variabel mekanisme bonus merupakan variabel independen dalam penelitian ini. Variabel ini diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun  $t$  terhadap laba bersih tahun  $t-1$ . Hasil *descriptive statistic* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan sampel yang memiliki mekanisme bonus paling rendah adalah -8,22 %. Perusahaan dengan perhitungan bonus negatif tidak memberikan bonus. Bonus merupakan

pemberian penghargaan dari perusahaan kepada direksi atau manajemen, jadi tidak mungkin apabila dalam pemberian bonus dalam wujud negatif. Bonus akan dibagikan ketika perhitungan dari table 4.6 positif saja. Perusahaan yang memiliki mekanisme bonus tertinggi sebesar 58,86 %. Nilai rata-rata yang diperoleh dari mekanisme bonus adalah sebesar 1,2533 % lebih kecil dari standar deviasinya yaitu sebesar 7.46527 % menunjukkan rata-rata perusahaan sampel memiliki mekanisme bonus sebesar 1,2533 % dari penjualan bersihnya.

### **Hasil Uji Menilai Keseluruhan Model (*Model Fit*)**

Uji ini digunakan untuk menilai model yang telah dihipotesiskan telah *fit* atau tidak dengan data. Hipotesis untuk menilai model *fit* adalah:

$H_0$  : Model yang dihipotesiskan *fit* dengan data  $H_1$  : Model yang dihipotesiskan tidak *fit* dengan data

Dari hipotesis ini, agar model *fit* dengan data maka  $H_0$  harus diterima. Statistik yang digunakan berdasarkan *Likelihood*. *Likelihood L* dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input. Adanya pengurangan nilai antara  $-2\text{Log}L$ , awal (initial  $-2\text{Log}L$ , function) dengan nilai  $-2\text{Log}L$  pada langkah berikutnya menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan *Fit* dengan data (Ghozali, 2011). *Log likelihood* pada *regresi logistik* mirip dengan pengertian "*Sum of Square Error*" pada model regresi, sehingga penurunan *Log Likelihood* menunjukkan model regresi semakin baik. Hasil perbandingan  $-2LL$  awal dan  $-2LL$  akhir dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan nilai  $-2LL$  awal (*Block number = 0*) sebesar 33,192 menjadi  $-2LL$  akhir (*Block number = 1*

) sebesar 15,804. Terjadi penurunan sebesar 17,388 pada  $(-2\text{LikeLikelihood}) - 2LL$  menunjukkan bahwa model fit dengan data sehingga  $H_0$  diterima karena terjadi penurunan regresi.

### Menilai Kelayakan Model Regresi

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness-of-fit Test*. Hipotesis untuk menilai kelayakan model regresi adalah :

$H_0$  : Tidak ada perbedaan antara model dengan data

$H_a$  : Ada perbedaan antara model dengan data

Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikansi antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness of Fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* lebih besar daripada 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena sesuai dengan data observasinya (Ghozali, 2011). Untuk melihat kelayakan model regresi dapat dilihat pada table 7.

Table diatas didapatkan nilai signifikan sebesar 0,995 lebih besar dari 0,005 maka  $H_0$  diterima, model tersebut layak untuk analisis selanjutnya.

### Estimasi Parameter dan Interpretasinya

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik (*logistic regression*), yaitu dengan melihat pengaruh beban pajak, *Tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas (*sig*)

dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ). Apabila angka signifikan lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap terjadinya variabel terikat. Di dalam output regresi logistik, estimasi parameter dan interpretasinya dapat dilihat pada output SPSS V.21 pada tabel 8.

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi logistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Ln = 4,322 + 0,000 BP + 17,407 TI - 0,034 ME + e$$

Penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mungkin kan mempengaruhi hasil *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2016. Adapun faktor – faktor yang mungkin mempengaruhi hasil *transfer pricing* pada perusahaan yaitu dilihat dari perubahan beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas beban pajak yang diukur dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense* dibagi dengan laba kena pajak, variabel ini signifikan pada prob 0,003. Variabel *tunneling incentive* yang diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dengan presentase kepemilikan saham diatas 25% diberikan nilai 1 (satu), dan diberi nilai 0 (nol) jika dibawah 25% variabel ini tidak signifikan pada prob 0,998. Variabel mekanisme bonus yang diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1 juga tidak signifikan pada prob 0,949. Dari persamaan regresi logistik diatas dapat dilihat bahwa *Log of odds transfer pricing* akan sukses secara positif berhubungan dengan beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Persamaan hasil analisis regresi logistik menunjukan



bahwa asumsi variabel independen lain konstan, maka koefisien variabel X1 (beban pajak) sebesar 0,000 dapat diartikan bahwa satu persen kenaikan beban pajak akan menaikkan variabel Y (*transfer pricing*) dengan faktor eksponensial ( $\exp 0,000$ ) = 1,000. Jadi apabila *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus dianggap konstan maka *odds transfer pricing* akan sukses sebesar 1,000 kali lebih tinggi untuk perusahaan mempunyai beban pajak lebih besar dari perusahaan yang mempunyai beban pajak lebih rendah.

Persamaan hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel independen lain konstan, maka koefisien variabel X2 (*tunneling incentive*) sebesar 17,407 dapat disimpulkan bahwa satu persen kenaikan *tunneling incentive* akan menaikkan variabel Y (*transfer pricing*) dengan faktor eksponensial ( $\exp 17,407$ ) = 32818864,333. Jadi apabila beban pajak dan mekanisme bonus dianggap konstan maka *odds transfer pricing* akan sukses sebesar 32818864,333 kali lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki saham di atas 25% dari perusahaan yang memiliki saham dibawah 25%.

Persamaan hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel independen lain konstan, maka koefisien variabel X3 (mekanisme bonus) sebesar 0,032 dapat disimpulkan bahwa satu persen kenaikan mekanisme bonus akan menaikkan variabel Y (*transfer pricing*) dengan faktor eksponensial ( $\exp 0,032$ ) = 76,115. Jadi apabila perubahan beban pajak dan *tunneling incentive* konstan maka *odds transfer pricing* akan sukses sebesar 76,115 kali lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki laba lebih tinggi dari perusahaan yang memiliki laba lebih rendah.

Hasil persamaan analisis regresi logistik menunjukkan bahwa koefisien dari variabel dari beban pajak,

*tunneling incentive*, dan mekanisme bonus bernilai positif. Jika koefisien bernilai positif maka *odds* untuk melakukan *transfer pricing* meningkat. Jika koefisien bernilai negatif maka *odds* untuk melakukan *transfer pricing* menurun. Sementara apabila koefisien nol maka *odds* untuk melakukan *transfer pricing* tetap. Nilai konstan sebesar 4,322 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen (beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus) maka *odds* perusahaan yang melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 4,322.

### **H1 : pajak berpengaruh terhadap transfer pricing**

Pajak pada Tabel 4.12 yang dilihat dariukur dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense* memiliki koefisien sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi 0,003 yang berarti H1 diterima karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

### **H2 : Tunneling incentive berpengaruh positif terhadap transfer pricing**

*Tunneling incentive* pada Tabel 4.12 yang diukur variabel *dummy Tunneling incentive* diprosikan dengan presentase kepemilikan saham di atas 25% diberikan nilai 1 (satu), dan diberi nilai 0 (nol) jika dibawah 25% memiliki koefisien sebesar 17,307 dengan nilai signifikansi 0,998 yang berarti H2 ditolak karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

### **H3 : Bonus Plan berpengaruh positif terhadap transfer pricing**

Bonus Plan pada Tabel diatas yang diukur diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1 memiliki koefisien sebesar -0,032 dengan nilai signifikansi 0,949 yang berarti H3 ditolak karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Penelitian ini akan membahas permasalahan yang telah diteliti dengan hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan. Penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang kemungkinan akan mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* atau sampel yang diambil sesuai dengan tujuan pada penelitian. Pada tabel diatas hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan sampel yang melakukan *transfer pricing* sebanyak 86 perusahaan. Sedangkan perusahaan yang tidak melakukan *transfer pricing* 4 perusahaan. Untuk perusahaan yang melakukan *transfer pricing* dikelompokan dalam perusahaan ADA. Sedangkan untuk perusahaan yang tidak melakukan *transfer pricing* dikelompokan dalam perusahaan TIDAK ADA. Adapun untuk pengaruh dari variabel penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

#### **Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing***

Hasil pengujian variabel beban pajak pada tabel diatas yang diukur dengan menggunakan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense*, memiliki koefisien 0,000 dengan nilai signifikansi 0,003 yang berarti  $H_0$  diterima. Variabel beban pajak menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,000 yang berarti satu persen kenaikan beban pajak akan menurunkan hasil *transfer pricing* dengan  $\exp = 1,000$ . Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan yang menjelaskan 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 principal (pemilik) karena tidak

terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu manajemen selaku agen diberi wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar. Teori akuntansi positif tidak mendukung hasil penelitian ini. Karena pada teori akuntansi positif menjelaskan kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan,

#### **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing***

Pada hasil pengujian variabel *tunneling Incentive* yang diukur menggunakan variabel *dummy Tunneling incentive* diprosikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 25% diberikan nilai 1 (satu), dan diberi nilai 0 (nol) jika dibawah 25% pada Tabel diatas memiliki nilai koefisien 17,307 dengan nilai signifikansi 0,998 yang berarti  $H_0$  ditolak karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Variabel *tunneling Incentive* menunjukkan nilai koefisien sebesar 17,304 yang berarti satu persen kenaikan *tunneling Incentive* akan menurunkan hasil *transfer pricing* dengan  $\exp = 32818864,333$ .

#### **Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing***

Hasil pengujian variabel mekanisme bonus pada tabel diatas yang diukur Variabel ini diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun  $t$  terhadap laba bersih tahun  $t-1$  memiliki koefisien 0,032 dengan nilai signifikansi 0,949 yang berarti  $H_0$  ditolak karena nilai signifikansi lebih dari 0,05. Variabel mekanisme bonus menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,032 yang berarti

satu persen kenaikan mekanisme bonus akan menurunkan hasil *transfer pricing* dengan  $\exp = 1,033$ . Bagian ini memuat data (dalam bentuk ringkas), analisis data dan interpretasi terhadap hasil. Teori-teori yang sudah dimuat pada bagian Landasan Teori digunakan pada bagian ini untuk interpretasi, tentu saja bukan dengan *copy and paste*, tapi dengan penyesuaian kalimat sebagai interpretasi. Jika dilihat dari proporsi tulisan, bagian ini harusnya mengambil proporsi terbanyak, bisa mencapai 50% atau lebih. Bagian ini bisa dibagi menjadi beberapa sub bab, tetapi tidak perlu mencantumkan penomorannya.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Pajak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Karena saham pada perusahaan multinasional sebagian besar kepemilikannya masih dibawah 20%.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Bonus Plan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Karena sebagian besar perusahaan multinasional dalam memberikan bonus kepada direksi masih jauh dibawah standar deviasinya. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka dapat diajukan saran kepada pihak-pihak yang bersangkutan sebagai berikut: Penelitian ini hanya menghasilkan koefisien determinasi sebesar 17,1%. Oleh karena itu masih ada variabel lain yang berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Salah satunya adalah tarif,

dimana ketika perusahaan menggunakan harga yang lebih rendah ketika melakukan kegiatan ekspor kepada perusahaan dengan tarif impor yang tinggi. Variabel yang tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah tunneling incentive dan mekanisme bonus, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel intervening sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih baik lagi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno & Estralista Trisnawati.( 2013). *Akuntansi Perpajakan: Edisi 3*. Jakarta:Salemba Empat.
- Arifin,B.(2011). *Transfer Pricing*. dapat diakses melalui <http://coal-fenomena.blogspot.co.id/2011/07/transfer-pricing.html>. 23 Februari 2016
- Claesens, S, D. Simeon, H.P.L Larry.(2000). *The Separation of Ownership and Control in East Asia*. Journal of Financial Economics. 81-112.
- Claesens, S, D. Simeon, H.P.L Larry. (2002). *Expropriation of Minority Shareholder in East Asia*. The Journal of Financial.
- Ghozali, Imam.(2006). *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Gusnardi. (2009). *Penetapan Harga Transfer Dalam Kajian Perpajakan*. Pekbis Jurnal. Vol. 1.No. 1. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Heru, Aviandika P.(2014). *Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hartati, Winda., Desmiyawati, & Nur Azlina.(2014). *Analisis Pengaruh*

- Pajak Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing*. Jurnal SNA. Universitas Mataram. Lombok.
- Jacob, J. (1996). *Taxes and Transfer Pricing: Income Shifting and The Volume of Intrafirm Transfer*. Journal of Accounting Research 34. 301-312.
- Jensen, M. and W.H. Meckling. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics 3. 305-360.
- Judisseno, K, Rimsky. (2005). *Pajak dan Strategi Bisnis: Suatu Tinjauan tentang Kepastian Hukum dan Penerapan Akuntansi di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, and R.W. Vishny. (2000). *Investor Production and Corporate Governance*. Journal of Financial Economics. 3-27.
- Mutaminah. (2008). *Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia*. Manajemen & Bisnis. (Vol. 7, No. 1).
- Purwanti, Lilik. (2010). *Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan*. Jurnal Aplikasi Manajemen (Vol. 8. No. 2).
- Swenson, L. D. (2001). *Tax Reforms and Evidence of Transfer Pricing*, National Tax Journal. Vol. IV. No. 1.
- Suryatiningsih, Neneng & Sylvia Veronica Siregar. (2009). *Pengaruh Skema Bonus Direksi Terhadap Aktivitas Manajemen Laba: Studi Empiris Pada BUMN Periode Tahun 2003-2006*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 11.
- Yuniasih, Wayan, Ni, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma. (2012). *Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Universitas Udayana.
- Zhuang, J., E. David, W. David, M.A.C. Virginita. (2000). *Corporate Governace and Finance in East Asia- A Study of Indonesia, Republic of Korea, Malaysia, Philippines and Thailand*. Asia Development Bank. Manila.