

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Taxation, Bonuses, and Tunneling Incentives: Impact on Transfer Pricing Decisions in Manufacturing Companies

Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Insentif Penyelundupan: Keputusan Penentuan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur

Khusnul Khotimah, khusnul.k17@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Santi Rahma Dewi, santirahmadewi@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study examines the empirical relationships between taxation, bonus mechanisms, tunneling incentives, and transfer pricing decisions in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period of 2017-2019. Using purposive sampling, data from eleven companies were collected and analyzed through descriptive statistics, normality tests, classical assumption tests, and linear regression. The results reveal that taxes, bonus mechanisms, and tunneling incentives significantly influence transfer pricing decisions in the selected manufacturing companies. This research provides valuable insights for policymakers, regulators, and practitioners in understanding the dynamics of transfer pricing decisions and their implications for manufacturing firms.

Highlights:

- The impact of taxation on transfer pricing decisions: This study investigates the influence of taxes on transfer pricing decisions in manufacturing companies listed on the IDX, providing insights into the relationship between tax policies and transfer pricing strategies.
- Bonus mechanisms as determinants of transfer pricing decisions: By analyzing the effect of bonus mechanisms on transfer pricing decisions, this research sheds light on the role of incentive structures in shaping the pricing practices of manufacturing companies.
- Tunneling incentives and transfer pricing decisions: This study explores how tunneling incentives affect transfer pricing decisions, offering valuable insights into the potential risks of opportunistic behavior and their implications for corporate governance and control mechanisms.

Keywords: Transfer pricing, taxation, bonus mechanisms, tunneling incentives, manufacturing companies.

Published date: 2022-12-26 00:00:00

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 adalah istilah yang tidak asing lagi, perkembangan teknologi dan informasi berkembang dengan pesat. Dampak era revolusi industri 4.0 membawa dampak dari segala bidang yang salah satunya pada perkembangan dan kemajuan di bidang ekonomi dan bisnis. Perusahaan multinasional merupakan salah satu faktor tersebut yaitu perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara. Hal ini merupakan isu menarik yang dibicarakan. Adanya revolusi industri ini, perkembangan ekonomi di dunia berkembang sangat pesat. Dunia terasa semakin dekat seperti tanpa ada Batasan [1].

Transfer Pricing merupakan sebuah skema yang biasanya sering digunakan oleh perusahaan untuk mengefisienkan operasionalnya. *Transfer pricing* berkaitan erat dengan harga transaksi barang, jasa atau harta tak berwujud antar perusahaan dalam suatu perusahaan multinasional. *Transfer pricing* dapat dibagi menjadi dua pengertian, yaitu pengertian netral dan pengertian peyoratif. Dalam pengertian peyoratif, *transfer pricing* bertujuan untuk menurunkan atau bahkan menghindari pengenaan pajak pada laba sebuah perusahaan dengan cara mengalokasikan penghasilan dari suatu perusahaan ke perusahaan lain pada negara yang berbeda, karena setiap negara memiliki peraturan perpajakan yang berbeda-beda. Ada negara yang mengenakan tarif pajak yang tinggi pada laba kena pajak perusahaan, namun juga ada negara yang mengenakan tarif pajak yang rendah pada laba kena pajak perusahaan, atau bahkan ada negara yang tidak mempunyai peraturan anti penghindaran pajak. Pada negara-negara inilah biasanya perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan mudah .

Transfer pricing memberikan perusahaan multinasional alat untuk mengalokasikan pendapatan di seluruh entitas berafiliasi dalam yurisdiksi pajak yang berbeda. Dengan biaya ekspor di bawah harga yang di kirim dari negara pajak tinggi ke negara pajak yang rendah, perusahaan multinasional mampu mengurangi tarif pajak global yang efektif [2]. Pajak merupakan salah satu faktor yang mendasari keputusan atas kebijakan *transfer pricing* perusahaan. penggunaan kebijakan *transfer pricing* saat ini bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan berskala global.

Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu sensitif yang menarik dan mendapat perhatian otoritas perpajakan dari berbagai negara. Semakin banyak negara yang memperkenalkan peraturan *transfer pricing*. *Transfer pricing* diatur dalam Pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan. Peraturan *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal, yaitu pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-undang Nomor 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, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha [3].

Terjadi beberapa kasus *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Seperti kasus yang terjadi pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Direktorat Jenderal Pajak menganggap bahwa Toyota melakukan penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing*. Mereka melakukan penjualan dengan harga *transfer pricing* di luar prinsip kewajaran pada perusahaan afliasinya yang berada di Singapura. Selain Toyota, kasus *transfer pricing* juga dilakukan oleh PT Coca-Cola Indonesia (CCI) yang diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp. 49,24 miliar.

Pajak merupakan masalah bagi perusahaan yang dihindari. Setiap perusahaan mencari cara untuk menghindari pengeluaran pajak yang besar. Setiap perusahaan wajib untuk melakukan pembayaran pajak sesuai dengan perhitungan yang berlaku. Dengan adanya pajak yang merugikan perusahaan, maka perusahaan muncul keinginan untuk melakukan kecurangan dalam pembayaran pajak. Banyak hal yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak ke negara. Salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*.

Selain pajak ada faktor lain yang membuat perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi. Ada juga perusahaan yang menginginkan bonus besar dengan mengubah laba yang dilaporkan

Faktor selanjutnya juga di pengaruhi dengan melakukan *tunneling incentive* adalah suatu perilaku yang bisa dikatakan menguntungkan pihak dari pemegang saham mayoritas karena mentransfer aset dan laba demi keuntungan mereka sendiri. Sedangkan apabila terdapat biaya yang muncul pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya tersebut [4].

Tunneling juga mempengaruhi dalam keputusan *transfer pricing*. ada beberapa langkah yang bisa ditempuh *majority shareholder* untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui kontrol kebijakan operasi perusahaan seperti deviden, bonus, gaji, dan tunjangan dan langkah untuk mendapat keuntungan pribadi melalui kebijakan kontraktual antara lain dengan *tunneling*. Bisa dikatakan bahwa perusahaan akan melakukan hal yang membuat biaya pajak kecil. *Tunneling* adalah tindakan *majority shareholder* yang mengalihkan aset dan profit perusahaan untuk

memperoleh manfaat privat, namun bebannya juga ikut ditanggung oleh *minority shareholder*. Kegiatan *tunneling* berhubungan erat dengan kepemilikan saham pada perusahaan tersebut [5].

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Contoh *tunneling* tidak memberikan deviden, menjual aset perusahaan kepada perusahaan lain dengan harga dibawah harga pasar, dan memilih anggota keluarga untuk menduduki posisi penting di perusahaan. Beberapa penelitian tentang transfer pricing telah dilakukan [6].

Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019. Batas tahun 2019 dipilih karena untuk mengetahui adanya praktik *transfer pricing* sebelum adanya pandemic *covid-19*. Diharapkan dengan waktu yang panjang, peneliti dapat mengamati dan memperoleh gambaran perusahaan-perusahaan yang melakukan yang melakukan *transfer pricing*.

Dari uraian latar belakang diatas yang berhubungan dengan *transfer pricing*, pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive*, peneliti akan menguji kembali perusahaan - perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Peneliti mengambil variabel tersebut karena hasil penelitian terdahulu hasil dan dari pengujian variabel tidak konsisten. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul "PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing* ?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing*?
3. Apakah *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing* ?

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. metode kuantitatif sering dinamakan metode positivistik, scientific dan metode discovery [7] .

Indikator Variabel

Variabel dependen sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen . Dalam Bahasa Indonesia juga sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dipengaruhi pada penelitian ini yaitu *Transfer pricing*.

Variabel *transfer pricing* dapat diukur dengan adanya penjualan kepada pihak istimewa. Penjualan dengan adanya hubungan istimewa ini mengindikasikan terjadinya *transfer pricing*. Dalam penjualan penentuan harga ditetapkan terhadap pihak berelasi atau hubungan istimewa biasanya menggunakan harga yang tak wajar bisa menaikkan atau menurunkan harga.

transfer pricing sebuah skema yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk mengefisienkan operasionalnya. *Transfer pricing* berkaitan dengan harga transaksi barang, jasa atau harta tak berwujud antar perusahaan dalam suatu perusahaan multinasional. Penelitian ini menggunakan nilai transaksi pihak berelasi karena *transfer pricing* dan transaksi pihak berelasi merupakan transaksi yang memiliki hubungan istimewa.

Variabel stimulus predictor, antecedent merupakan nama lain dari variabel independen. Dalam bahasa Indonesia juga sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas ialah suatu variabel yang menjadi faktor penyebab perubahan dan mempengaruhi terhadap adanya variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini antara lain :

a. Pajak

Pajak merupakan suatu kewajiban yang tak dapat dihindari. Pajak mempunyai sifat memaksa. Pajak yang telah dibayarkan secara tidak langsung bisa dinikmati oleh masyarakat untuk kemakmuran rakyat. Variabel pajak dapat diukur menggunakan *effective tax rate* (ETR). *Effective tax rate* (ETR) merupakan sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR dinilai dari informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga ETR merupakan bentuk perhitungan tarif pajak pada perusahaan.

b. Mekanisme Bonus

Mekanisme pemberian bonus ini akan mengakibatkan manajer melakukan tindak manipulatif atas data laporan keuangan agar terlihat bahwa laba telah tercapai dan nantinya manajer lah yang akan menikmati pemberian bonus

tersebut. Untuk variabel ini diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih.

c. Tunneling Incentive

Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 15, pemegang saham pengendali merupakan entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih baik secara aktif ataupun pasif. Pemegang saham pengendali dapat dimiliki perseorangan, pemerintah, ataupun pihak asing. Pemegang saham pengendali (*tunneling*) akan cenderung memiliki kendali keputusan dibandingkan pemegang saham non pengendali. Pemegang saham pengendali (*tunneling*) atau lebih dikenal dengan pemegang saham mayoritas memiliki kepemilikan saham asing lebih besar 20%. Sedangkan pemegang saham non pengendali atau pemegang saham minoritas kepemilikan saham asing kurang dari 20%.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019. Dalam pemilihan sampel ditinjau dari kelengkapan datanya. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini merupakan metode pengumpulan data sampel yang menyajikan data informasi yang lengkap dan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria itu yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan data laporan keuangan periode 2017-2019.
3. Perusahaan sampel yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan presentasi kepemilikan asing 20% atau lebih.
4. Perusahaan Sampel termasuk dalam kategori Perusahaan Multinasional, yaitu perusahaan yang memiliki induk maupun anak cabang di Negara lain.
5. Perusahaan sampel yang tidak mengalami kerugian selama 2017-2019.
6. Laporan keuangan perusahaan sampel disajikan dalam mata uang Rupiah.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 11 perusahaan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan tersebut adalah

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019	169
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia berturut-turut selama periode 2017-2019	(37)
3.	Perusahaan sampel yang tidak memiliki presentase kepemilikan asing minimal 20%	(72)
4.	Perusahaan sampel yang tidak bersifat Multinational Company (MNC)	(18)
5.	Perusahaan sektor manufaktur yang mengalami kerugian selama periode pengamatan	(14)
6.	Laporan keuangan perusahaan sampel yang disajikan dalam mata uang asing	(17)
Perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah disebutkan		11
Jumlah total perusahaan sampel (11 perusahaan x 3 tahun dari 2017-2019)		33

Table 1. Kriteria Penentuan Sampel

Setelah dilakukan *purposive sampling* selama periode 2017-2019 ditemukan 11 perusahaan yang termasuk dalam sampel. Diantaranya yaitu sebagai berikut :

--	--	--

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	SMGR	PT. Semen Indonesia Tbk.
2.	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
3.	BUDI	PT. Budi Starch and Sweetener Tbk.
4.	MARK	PT. Mark Dynamics Indonesia Tbk.
5.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
6.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
7.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.
8.	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk.
9.	RICY	PT. Ricky Putra Globalindo Tbk.
10.	ASII	PT. Astra International Tbk.
11.	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk.

Table 2. Daftar Sampel Perusahaan

Teknik Analisis

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan dalam memproses variabel-variabel yang ada sehingga dapat menghasilkan suatu penelitian yang berguna dan memperoleh suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan adalah statistic deskriptif berupa data kuantitatif. Untuk mempermudah menganalisis dalam dalam bentuk tabel serta grafik maka dapat menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*)[8].

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linier berganda ditunjukkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y= *Transfer Pricing*

X1= Pajak

X2= Mekanisme Bonus

X3= *Tunneling Incentive*

a= Konstanta

b= Koefisiensi Regresi

2. Uji Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi terhadap variabel - variabel yaitu menggunakan statistik deskriptif. Rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, merupakan uji deskriptif yang digunakan. Ukuran-ukuran angka dalam statistik deskriptif sangat penting bagi data sampel, sehingga secara konsekual dapat lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

3. Uji Asumsi Klasik

Data yang diperoleh diuji terlebih dahulu untuk memenuhi asumsi dasar sebelumnya dilakukan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi. Pengujian yang dapat dilakukan , antara lain :

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan regresi linear berganda yang disertai dengan uji parsial (t), dan uji koefisien determinasi (R²).

a. Uji Signifikansi Parameter Individual/Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh dari masing-masing variabel independent secara individual dalam menerangkan atau mengungkapkan variasi variabel dependen. Pada uji t , nilai t hitung akan dibandingkan dengan

nilai t tabel, dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Bila t hitung > t tabel atau probabilitas < tingkat signifikansi (Sig < 0,05), maka H_a diterima dan H_0 ditolak, variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila t hitung < t tabel atau probabilitas > tingkat signifikansi (Sig > 0,05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen [9].

b. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data. Nilai R^2 berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan yang paling dasar dalam penggunaan R^2 adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan dalam model. Karena dalam penelitian banyak menggunakan variabel independen, maka Adjusted R^2 lebih tepat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang ada [10].

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Pajak (X1)	33	.026497000	.351655000	.22746054545	.071778355094
Mekanisme Bonus (X2)	33	.262355000	2.402338000	1.04493075758	.529150335287
Tunneling Incentive (X3)	33	.25601000	.99978400	.5767053333	.20865986727
Transfer Pricing (Y)	33	.007584000	.998822000	.50050648485	.345390905882
Valid N (listwise)	33				

Table 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

1. Hasil analisis dengan menggunakan statistic deskriptif terhadap variabel pajak (X1) menunjukkan nilai minimum sebesar .026497000, nilai maksimum sebesar .351655000 dengan rata-rata sebesar .22746054545 dan standar deviasi sebesar .071778355094.
2. Hasil analisis dengan menggunakan statistic deskriptif terhadap variabel mekanisme bonus (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar .262355000, nilai maksimum sebesar 2.402338000 dengan rata-rata sebesar 1.04493075758 dan standar deviasi sebesar 529150335287.
3. Hasil analisis dengan menggunakan statistic deskriptif terhadap variabel *tunneling incentive* (X3) menunjukkan nilai minimum sebesar .25601000, nilai maksimum sebesar .99978400 dengan rata-rata sebesar .5767053333 dan standar deviasi sebesar .20865986727.
4. Hasil analisis dengan menggunakan statistic deskriptif terhadap variabel *transfer pricing* (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar .007584000, nilai maksimum sebesar .998822000 dengan rata-rata sebesar .50050648485 dan standar deviasi sebesar .345390905882.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan pertama sebelum dilakukan regresi untuk mengetahui variabel independent merespon dependen.

a. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.24630931
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.086
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Table 4. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil olah data uji normalitas pada gambar 4.2 diatas bahwa Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing berdistribusi normal hal ini ditinjau dari bahwa nilai plot yang berada pada grafik normal menunjukkan bahwa normalitas residual dari persamaan regresi terdistribusi normal karena titik-titik tersebar disekitar garis diagonal. Bukan hanya itu, pernyataan ini juga didukung dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, yang menunjukkan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang berada diatas 0,05 sehingga data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.505	.201		-2.513	.018		
	Pajak (X1)	1.669	.649	.347	2.573	.015	.965	1.037
	Mekanisme Bonus (X2)	.214	.089	.328	2.419	.022	.951	1.051
	Tunneling Incentive (X3)	.696	.227	.421	3.064	.005	.931	1.074
a. Dependent Variable: Transfer Pricing (Y)								

Table 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Pada tabel hasil pengujian multikolinieritas diatas menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel independent pajak (X1) 1,037 < 10, Mekanisme bonus (X2) = 1,051 < 10, Tunneling incentive (X3) = 1,074 < 10. Dari semua variabel nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data diatas tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.701 ^a	.491	.439		.258735978274	1.756
a. Predictors: (Constant), Tunneling Incentive (X3), Pajak (X1), Mekanisme Bonus (X2)						
b. Dependent Variable: Transfer Pricing (Y)						

Table 6. Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel pengujian diatas diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,756. Untuk memperoleh nilai DU dapat dilihat pada tabel Dirbin Watson , dimana jumlah sampel (n) yaitu 33 dan jumlah variabel (k) yaitu 3 maka diperoleh nilai DU sebesar 1,6551. Jadi dari perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai 2,3489 . dapat disimpulkan nilai Durbin Watson terletak diantara nilai DU sampai dengan (4-DU) maka dikatakan tidak ada gejala autokorelasi sehingga model regresi dapat dikatakan baik.

Uji Regresi Linier Berganda

Table 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.505	.201		-2.513	.018
	Pajak (X1)	1.669	.649	.347	2.573	.015
	Mekanisme Bonus (X2)	.214	.089	.328	2.419	.022
	Tunneling Incentive (X3)	.696	.227	.421	3.064	.005
Dependent Variable: Transfer Pricing (Y)						

Table 7. Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -0,505 + 1,669 X_1 + 0,214 X_2 + 0,696 X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa :

1. Konstanta sebesar -0,505 hal ini berarti jika tidak dipengaruhi pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* maka besarnya *transfer pricing* -0,505.
2. Koefisien variabel pajak sebesar 1,669. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan pajak sebesar satu satuan maka *transfer pricing* juga mengalami kenaikan sebesar 1,669 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien variabel mekanisme bonus sebesar 0,214. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan mekanisme bonus sebesar satu satuan maka *transfer pricing* juga peningkatan sebesar 0,214 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien variabel *tunneling incentive* sebesar 0,696. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan *tunneling incentive* sebesar satu satuan maka *transfer pricing* juga peningkatan sebesar 0,696 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel besar meliputi Pajak (X1), Mekanisme Bonus (X2), dan *Tunneling Incentive* (X3) terhadap variabel terikat yaitu *Transfer Pricing* (Y). Adapun pengujian uji t adalah sebagai berikut :

Dengan $df = n - k - 1, 33 - 3 - 1 = 29$ sehingga diperoleh t tabel (0,05;29) sebesar 1,69913. Nilai t hitung yang diperoleh dari hasil pengolahan SPSS disajikan pada tabel dibawah ini :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.505	.201		-2.513	.018
	Pajak (X1)	1.669	.649	.347	2.573	.015
	Mekanisme Bonus (X2)	.214	.089	.328	2.419	.022
	Tunneling Incentive (X3)	.696	.227	.421	3.064	.005
Dependent Variable: Transfer Pricing (Y)						

Table 8. Hasil Parsial (Uji t)

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa :

1) Variabel Pajak (X1)

Sesuai dengan hasil perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel Pajak (X1) diperoleh t hitung 2,573 dan t tabel 1,69913 dengan tingkat signifikan 0,015. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,573 > 1,69913$ dengan tingkat signifikan $0,015 < 0,05$ yang H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka, variabel Pajak (X1) berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* (Y).

2) Variabel Mekanisme Bonus (X2)

Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel Mekanisme Bonus (X2) diperoleh t hitung 2,419 dan t tabel 1,69913 dengan tingkat signifikan 0,022. Karena t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,419 > 1,69913 dengan tingkat signifikan 0,022 < 0,05 yang Ha diterima dan Ho ditolak. Maka variabel Mekanisme Bonus (X2) berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* (Y).

3) Variabel *Tunneling Incentive* (X3)

Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel *Tunneling Incentive* (X3) diperoleh t hitung 3,064 dan t tabel 1,69913 dengan tingkat signifikan 0,005. Karena t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3,064 > 1,69913 dengan tingkat signifikan 0,005 < 0,05 yang berarti Ha diterima dan Ho ditolak. Maka variabel *Tunneling Incentive* (X3) berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.701a	.491	.439		.258735978274	1.756
a. Predictors: (Constant), Tunneling Incentive (X3), Pajak (X1), Mekanisme Bonus (X2)						
b. Dependent Variable: Transfer Pricing (Y)						

Table 9. Uji R Square

Dari data diatas adapun analisis determinasi berganda diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai R square adalah 0,491 maka koefisien determinasi berganda 0,491 x 100% = 49,1% dan sisanya 100% - 49,1% = 51,9%. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu *Transfer Pricing* dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Pajak (X1), Mekanisme Bonus (X2), dan *Tunneling Incentive* (X3) sebesar 49,1%. Sedangkan sisanya 51,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang mengacu pada pengolahan data sesuai dengan judul penelitian, permasalahan dan hipotesis penelitian, maka pada penelitian ini hal yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. H1 : Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima. dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain dengan tujuan untuk menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu entitas. Selain itu untuk menurunkan total beban pajaknya, perusahaan memilih untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan transaksi ke perusahaan lain yang berada di negara lain yang masih terafiliasi. Sehingga perusahaan mendapatkan laba tinggi tersebut yang berada dinegara yang memiliki tarif akan menggeser laba dan pendapatannya ke negara lain yang tergolong *low tax countries*. Hal ini menunjukkan semakin rendah *effective tax rate* maka dianggap semakin baik nilai *effective tax rate* di suatu perusahaan. Nilai baik disini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan perencanaan pajak.

2. H2 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

variabel mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, yang dapat diartikan sebagai pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja direksi itu sendiri. mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, dimana pemberian bonus kepada manajemen merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan motivasi manajemen perusahaan atau direksi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Disisi lain manajemen akan berupaya untuk dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, karena dengan peningkatan kinerja perusahaan tentu saja dapat mempengaruhi perolehan bonus yang akan di terima. salah satu cara yang dapat dilakukan oleh direksi untuk meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan cara menaikkan laba perusahaan pada setiap tahunnya. Maka cara yang paling mudah untuk diterapkan yaitu dengan melakukan manajemen laba atau bisa disebut dengan *perekayasa laporan keuangan*. *Transfer pricing* dipercaya merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan laba yang diharapkan.

3. H3 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling incentive berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer pricing* perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya praktik *Tunneling incentive* maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *Transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap

keputusan Transfer pricing. Karena lebih besar terjadi pada struktur kepemilikan terkonsentrasi tinggi dibanding pada struktur kepemilikan terkonsentrasi rendah. Dengan kata lain, tunneling lebih besar dilakukan pada pemegang saham mayoritas daripada pemegang saham minoritas. Selain itu pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam keputusan-keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingan saham mayoritas dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas.

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti mengenai terdapat atau tidaknya pengaruh variabel pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 11 perusahaan yang diobservasi selama 3 tahun dengan rentang tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan analisis regresi dan pembahasan hasil, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Hal tersebut didukung dengan tingkat signifikan 0,015 yaitu lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Pajak dengan *Transfer Pricing* diterima (H1 diterima, H0 ditolak).
2. Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Hal tersebut didukung dengan tingkat signifikan 0,022 yaitu lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Mekanisme Bonus dengan *Transfer Pricing* diterima (H2 diterima, H0 ditolak).
3. *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Hal tersebut didukung dengan tingkat signifikan 0,005 yaitu lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *Tunneling Incentive* dengan *Transfer Pricing* diterima (H3 diterima, H0 ditolak).

References

1. Butar, "Implikasi Regulasi Pasar Modal terhadap Motif Manajemen Laba: Pengujian Berbasis Teori Pensinyalan.," J. Akunt. dan Keuang. Indones., 2014.
2. Y. Mangoting, "Aspek Perpajakan dalam Praktek Transfer pricing.," J. Akunt. dan Keuang., 2004.
3. T. Refgia, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling incentive Terhadap Transfer pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di Bei Tahun 2011-2014).," J. Online Mhs. Fak. Ekon. Univ. Riau, 2017.
4. R. 'Aisy Prananda and D. NurTriyanto, "Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, dan Kepemilikan Asing Terhadap Indikasi Melakukan Tranfer Pricing.," Nominal Barom. Ris. Akunt. dan Manaj., 2020.
5. G. A. R. S. Saraswati and I. K. Sujana, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling incentive pada Indikasi Melakukan Transfer pricing.," E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana, 2017.
6. Purwanto and Tumewu, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.," Equilib. J. Ekon., 2018.
7. Sugiyono, "Sugiyono, Metode Penelitian," Penelitian, 2017.
8. imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
9. R. Hakim, "Metode Penelitian Tentang Variabel-Variabel Independen," J. Econ. Sci., pp. 72-92, 2017.
10. S. Wiratna, "Metodologi penelitian lengkap, praktis dan mudah dipahami," Pt.Pustaka Baru, 2014.