

**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)**

Oleh:

Thesa Refgia

Pembimbing : Vince Ratnawati dan Rusli

Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru. Indonesia

Email: thesa.refgia24@gmail.com

*The Effects of tax, bonus mechanism, firm size, foreign ownership, and
tunneling incentive to transfer pricing*

ABSTRACT

Transfer pricing is a result of business growth business today. National companies now become the multinational corporations whose activities are not only centered on one country alone, but in some countries. This is done for tax evasion in order to obtain high profits. The purpose of this study to examine the effect of tax, bonus mechanism, firm size, foreign ownership and tunneling incentive to transfer pricing in the company's chemical and basic industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011-2014. These samples were obtained by purposive sampling method using several criteria in order to obtain a sample of 13 companies. Hypothesis testing is done by linear regression models with SPSS 16. The result shows that tax have significant effect on transfer pricing at $0.049 < 0.050$ level of significance, foreign ownership have significant effect on transfer pricing at $0.044 < 0.050$ level of significance, and tunneling incentive have significant effect on transfer pricing at $0.005 < 0.050$ level of significance, the mechanism of bonuses doesn't take any effect on transfer pricing at $0.757 > 0.050$ level of significance and company size doesn't take any effect on transfer pricing at $0.427 > 0.050$ level of significance. The amount of determination (r^2) of the tax effect, the mechanism of bonuses, company size, foreign ownership and tunneling incentive to transfer pricing that is equal to 27.2%, while the remaining 72.8% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Taxes, Mechanism Bonus, Company Size, Foreign Ownership Incentive And Tunneling Against Transfer Pricing.

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan dunia usaha bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu Negara, melainkan di beberapa Negara.

Sehingga menyebabkan perusahaan menjadikan proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Hal ini mungkin tidak menjadi sulit apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu Negara karena beban-beban serta biaya-biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun, hal ini

akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan diberbagai Negara dan itulah yang terjadi saat ini. Perusahaan ini akan sulit menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan. Oleh karena itu, dilakukan sebuah kegiatan yang disebut *transfer pricing* dalam rangka penentuan harga tersebut.

Transfer pricing adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok antar divisinya. *Transfer pricing* merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Astuti, 2008: 12).

Namun, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya dan membuat beberapa Negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak. Salah satunya, yaitu Indonesia yang mengandalkan pajak dalam APBNnya. Menurut Direktur Eksekutif Center For Indonesian Taxation, Yustinus Prabowo, Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak lebih dari Rp. 1.300 triliun setiap tahunnya.

Praktik *transfer pricing* biasa dilakukan dengan cara memperbesar

harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu Negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Terdapat beberapa kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*. Faktor-faktor tersebut, diantaranya: pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive*. Faktor-faktor tersebut akan digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*? 2) Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*? 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*? 4) Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*? 5) Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*. 2) Untuk menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. 3) Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

4) Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*. 5) Untuk menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi *financial* 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 mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu Negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan Negara yang berbeda (*internasional transfer pricing*) (Budi dalam Hadi Setiawan, 2014).

Transfer pricing merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Astuti, 2008: 12).

Praktik *transfer pricing* pada dasarnya dapat terjadi karena adanya suatu hubungan istimewa antar perusahaan yang berada dalam satu grup perusahaan multinasional, sehingga mereka bisa bernegosiasi dan bekerja sama dengan baik dalam penentuan harga transfer.

Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan: “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak. Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Mangoting (2000) bahwa praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu Negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada

perusahaan di Negara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunaisih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014) dan Yugi Susanti (2015) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan hipotesis yang dapat diajukan:

H1 : Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karna berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti (2010), Tantiem / 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 perekrutannya 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 dapat menghasilkan laba untuk divisi atau subunit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren dalam Mutamimah (2008) yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan.

Oleh sebab itu, direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan kepada antarperusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawah pasar. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahun tersebut.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hartati dkk (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H2 : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Ukuran Perusahaan

Surbakti (2012), mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva besar

menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen.

Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing. Di perusahaan-perusahaan Asia terutama di Indonesia menggunakan menggunakan struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Struktur kepemilikan terkonsentrasi cenderung menimbulkan konflik kepentingan antara pemegang saham

pengendali dan manajemen dengan pemegang saham non pengendali.

Menurut Dion (2009), pemegang saham non pengendali mempercayakan pemegang saham pengendali untuk mengawasi manajemen karena pemegang saham pengendali memiliki posisi yang lebih baik dan memiliki akses informasi yang lebih baik. Hal ini menyebabkan pemegang saham non pengendali berada di dalam posisi yang paling lemah sehingga pemegang saham pengendali dapat menyalahgunakan hak kendalinya untuk kesejahteraannya sendiri (Dion, 2009). Penggunaan hak kendali untuk memaksimalkan kesejahteraan pribadi dengan distribusi kekayaan dari pihak lain disebut dengan ekspropriasi.

Salah satu bentuk ekspropriasi adalah dengan cara *transfer pricing*. Pemegang saham pengendali asing menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan ke perusahaan pribadinya dengan harga di bawah pasar. Hal tersebut dilakukan pemegang saham pengendali asing untuk memperoleh keuntungan pribadi dan merugikan pemegang saham non pengendali (Atmaja, 2011).

H4 : Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Tunneling Incentive

Munculnya *tunneling* 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 di bawah kendalinya.

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 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).

H5 : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014 yang berjumlah sebanyak 13 perusahaan. Sedangkan sampel penelitian dipilih dengan

pendekatan *purposive sampling*, artinya sampel yang digunakan adalah sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mendapatkan sampel representative. Berdasarkan proses pemilihan sampel, dari 59 populasi yang tersedia, diperoleh 13 perusahaan yang diteliti selama empat periode, sehingga sampel yang dapat digunakan sebanyak 52 sampel. Kemudian, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan teknik pengumpulan data secara dokumentasi yang diakses langsung melalui *website* BEI, www.idx.co.id.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Transfer Pricing (Y)

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa untuk memaksimalkan laba.

Tunneling incentive diukur dengan cara :

$$\frac{\text{piutang transaksi pihak berelasi}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

Penelitian ini menggunakan nilai transaksi pihak berelasi karena *transfer pricing* dan transaksi pihak berelasi merupakan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Pajak (X1)

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang. Pajak dalam penelitian ini diukur dengan *Effective tax rate (ETR)*.

Effective tax rate yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *differed tax expense* dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih et al.,2012). Cara mengukur ETR,yaitu dengancara:

$$\frac{\text{Beban Pajak} - \text{Beban Pajak Tangguhan}}{\text{Laba Kena Pajak}}$$

Mekanisme Bonus (X2)

Mekanisme bonus merupakan komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila memperoleh laba (Suryatiningsih, 2009)

Untuk variabel ini akan diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih. Menurut Irgan (2010), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) di hitung dengan cara :

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

Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan adalah skala besarnya perusahaan. Diukur dengan cara = **Logaritma total asset**

Kepemilikan Asing (X4)

Kepemilikan saham oleh pihak asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak-pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional. Diukur dengan cara:

$$\frac{\text{Jumlah Kepemilikan Pihak Asing}}{\text{Total Saham Yang Beredar}} \times 100\%$$

Tunneling Incentive (X5)

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan asset dan laba keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson dalam Pratama dan Siswantaya, 2014).

Tunneling incentive ini diukur dengan cara : **persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali.**

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis statistik ini digunakan untuk memberikan gambaran dari suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi (SD). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, *tunneling incentive* serta *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Variabel tersebut telah diuji secara statistik deskriptif seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1

Uji Statistik Deskriptif Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	SD
TP	52	.02	.94	.4361	.26497
Pajak	52	.00	.48	.2307	.09287
MB	52	.25	2.05	1.0487	.40113
UP	52	11.56	13.46	12.3896	.54574
KA	52	.35	.96	.5570	.15590
TI	52	.30	.81	.5341	.14628
Valid N	52				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau variable residual memiliki distribusi normal. Uji statistik nonparametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) digunakan dalam penelitian ini. Bila probabilitas signifikansi > 0.05 maka distribusi datanya normal, dan jika besarnya nilai signifikansi < 0.05 maka distribusinya tidak normal (Ghozali, 2013: 98).

Tabel 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		UR
N		52
NParameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22601930
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.868
Asymp. Sig. (2-tailed)		.438

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai signifikansi untuk *Unstandardized Residual* sebesar 0.438, lebih besar dari nilai signifikansi yang diharapkan yaitu 0.05 ($0.446 > 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat

VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *Tolerance*. Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi gejala Multikolinieritas (Ghozali, 2013:106).

Tabel 3
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.265	
Pajak	.904	1.106
MB	.865	1.156
UP	.852	1.173
KA	.128	7.823
TI	.124	8.056

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji multikolinieritas meunjukkan nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 untuk setiap variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem multikolinearitas antar variabel independen dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel Independen terhadap nilai absolute residunya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model tersebut terdapat masalah heteroskedastisitas (Gujarat, 2009). Hasil pengujian heteroskedastisitas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Model	Sig.
1 (Constant)	.719
Pajak	.354
Mekanisme Bonus	.798
Ukuran Perusahaan	.872
Kepemilikan Asing	.604
<i>Tunneling Incentive</i>	.395

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Berdasarkan hasil uji glejser pada Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa variabel independen memiliki nilai signifikansi yaitu pajak 0.354 (>0.05), mekanisme bonus memiliki nilai signifikansi sebesar 0.798 (>0.05), ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.872 (>0.05), kepemilikan asing 0.604 (>0.05), dan *tunneling incentive* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.395 (>0.05). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Autokorelasi

Berikut ini adalah hasil uji statistik mengenai ada tidaknya autokorelasi pada penelitian ini.

Tabel 5
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1.781	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 5, diketahui nilai d hitung (*Durbin-Watson*) terletak antara -2 sampai dengan +2 yaitu 1.781. dapat disimpulkan, tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian ini.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar jumlah koefisien determinasi didalam suatu penelitian akan menunjukkan kekuatan pengaruh masing-masing variabel.

Tabel 6
Hasil Uji Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.272	.193	.23799

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat besar nilai R² sebesar 0.272 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 27.2%. Hal ini berarti variabel-variabel independen yang meliputi pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* mempengaruhi *transfer pricing* sebesar 27.2%, sedangkan sisanya 72.8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Model regresi linier berganda adalah model regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Model regresi linier berganda dilakukan model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi. Persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = *Transfer Pricing*

- X1 = Pajak
- X2 = Mekanisme Bonus
- X3 = Ukuran Perusahaan
- X4 = Kepemilikan Asing
- X5 = Tunneling Incentive
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa koefisien regresi, nilai t dan signifikansi adalah seperti pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7
Coefficients^a

Model	UC		SC	T	Sig.
	B	SE	Beta		
1 C	.910	.808		1.127	.265
Pajak	-.764	.377	-.268	-2.024	.049
MK	.028	.089	.042	.311	.757
UP	-.053	.066	-.109	-.802	.427
KA	-1.236	.598	-.727	-2.068	.044
TI	1.907	.647	1.053	2.949	.005

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016.

Dari Tabel 7 terlihat bahwa nilai t hitung dari masing-masing variabel pajak (X1), mekanisme bonus (X2), ukuran perusahaan (X3), kepemilikan asing (X4), dan tunneling incentive (X5) adalah -2.024, 0.311, -0.802, -2.068, 2.949 serta signifikansinya masing-masing 0.049, 0.757, 0.427, 0.044, 0.005.

Hasil dari persamaan regresi dari tabel 4.8 adalah sebagai berikut

$$Y = 0.910 + (-0.764)X_1 + (0.028)X_2 + (-0.053)X_3 + (-1.236)X_4 + (1.907)X_5 + e$$

Pembahasan

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (Pengaruh Pajak Terhadap Transfer Pricing)

Hasil pengolahan data yang dilihat pada Tabel 7 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(-2.024) < (-$

$2.013)$ dan $Sig. 0.049 < 0,05$, dari hasil pengujian tersebut, maka keputusannya adalah H_1 diterima (Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*) dan H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing)

Hasil pengolahan data yang dilihat pada Tabel 7 menunjukkan t_{hitung} (0.311) $< t_{tabel}$ (2.013) dan $Sig.$ (0.757) $< 0,05$. Maka keputusannya adalah H_2 ditolak dan H_0 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t_{hitung} (-0.802) $> t_{tabel}$ (-2.013) dan $Sig.$ (0.427) $> 0,05$, maka keputusannya adalah H_3 ditolak dan H_0 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil Pengujian Hipotesis Keempat (Kepemilikan Asing Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing)

Hasil pengolahan data menunjukkan t_{hitung} (-2.068) $< t_{tabel}$ (-2.013) dan $Sig.$ (0.044) $< 0,05$., maka keputusannya adalah H_4 diterima dan H_0 ditolak. Artinya kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil Pengujian Hipotesis Kelima (Tunneling Incentive Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing)

Hasil pengolahan data

menunjukkan $t_{hitung} (2.949) > t_{tabel} (2.013)$ dan $Sig. (0.005) < 0,05.$, maka keputusannya adalah H_5 diterima dan H_0 ditolak. Artinya *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan penelitian adalah:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan semakin rendah nilai *Effective Tax Rate* maka dianggap semakin baik nilai *Effective Tax Rate* disuatu perusahaan. Nilai baik disini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan perencanaan pajak. Dimana salah satu cara untuk melakukan perencanaan pajak tersebut yaitu dengan cara *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Nilai ITRENDLB yang tinggi menunjukkan dari setiap laba di tahun berjalan lebih tinggi dibandingkan dengan laba tahun sebelumnya. Dalam penelitian ini nilai INTRENDLBnya dapat dianggap cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (*earnings management*) dan *transfer pricing* untuk

memaksimalkan penerimaan bonus.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan. Sehingga manajer yang memimpin perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan pengelolaan laba, salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka semakin besar pengaruh pemegang saham asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk dalam kebijakan penentuan harga. Dimana kebijakan tersebut dapat menguntungkan pemegang saham asing. Pemegang saham asing dapat melakukan penjualan atau pembelian dengan harga yang tidak wajar kepada perusahaan pribadinya sehingga

- dapat menguntungkan untuk dirinya sendiri.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan, jika perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal, maka sangat menguntungkan bagi perusahaan induk dimana adalah pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut. Namun, pemegang saham minoritas merasa dirugikan karena deviden yang akan diterima akan semakin kecil akibat besarnya pembebanan biaya atas transaksi tersebut.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca, peneliti selanjutnya adalah :

1. Dalam penelitian ini periode penelitian yang digunakan relatif pendek, untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperpanjang periode penelitian agar dapat melihat kecenderungan yang akan terjadi dalam jangka panjang.
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan sektor industri dasar dan kimia, untuk penelitian kedepannya diharapkan menggunakan sektor objek sampel yang lebih besar dengan mengambil secara keseluruhan perusahaan yang terdaftar di BEI.

3. Melakukan penambahan pada variabel independen sehingga pengaruhnya dapat terlihat jelas terhadap *transfer pricing*, seperti *Debt Covenant* dan *Good Corporate Governance (GCG)* serta menambah variabel lain yang berkaitan dengan *transfer pricing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, 2008, *Analisis Putusan Pengadilan Pajak Atas Sengketa Penentuan Harga Wajar Pada Transaksi Transfer Pricing*, Skripsi, diakses dari <http://journal.ui.ac.id> pada tanggal 6 April 2014.
- Atmaja, Lukas Setia, 2011. *Who Wants To Be Rational Investor*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.
- Dion, 2009. *Merger dan Akuisisi*, Makalah, <http://dion.staff.gunadarma.ac.id>, Desember 2015.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarat, D. N., & Porter, D. C. 2009. *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hills.
- Irpan, 2010. *Analisis Pengaruh Skema Bonus Direksi, jenis Usaha, Profitabilitas Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Management Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur dan Keuangan yang Listing Di BEI Pada*

- Tahun 2008 –2010, Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Julaikah, Nurul. 2014. *Hampir Semua Perusahaan Asing Akali Bayar Pajak*, Merdeka, <http://m.merdeka.com>, Februari 2016.
- Lailiyul Wafiroh, 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.
- Mangoting, Yenni, 2000. *Aspek Perpajakan Dalam Praktik Transfer Pricing*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 2, No. 1, Mei.
- 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, Managemen Laba, dan Kinerja Perusahaan*, Jurnal Aplikasi Manajemen Vo, 8, No.2.
- Setiawan, Hadi, 2014. *Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara*. Jurnal.
- Surbakti, T. A, 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Reformasi Perpajakan terhadap Penghindaran Pajak di Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010*, Skripsi, Universitas Indonesia, Depok.
- Suryatiningsih, Neneng dan Veronica Siregar, Sylvia, 2009. *Pengaruh Skema Bonus Direksi Terhadap Aktivitas Manajemen Laba: Studi Empiris Pada BUMN Periode Tahun 2003-2006*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 11.
- Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Yuniasih, Ni Wayan., Rasmini, Ni Ketut., dan Wirakusuma, Made Gede, 2012. *Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Universitas Udayana.