

Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Profitabilitas, dan *Leverage* Pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017 - 2019

Shara Novalina

Universitas Padjadjaran

sharanovalina7@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Keputusan melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur selama periode tahun 2017- 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan masing-masing perusahaan. Sampel yang digunakan adalah 89 (delapan puluh sembilan) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian ini dengan menggunakan analisis regresi berganda. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik deskriptif, uji keseluruhan model, uji kelayakan model, uji asumsi determinasi, uji matrik klasifikasi, dan uji koefisien regresi.

Kata Kunci: Pajak; *Tunneling Incentive*; Mekanisme Bonus; *Exchange Rate*; Profitabilitas; *Leverage*; Perusahaan Manufaktur.

Abstract

This study aims to examine whether the influence of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Exchange Rate, Profitability, and Leverage on Transfer Pricing Decisions in manufacturing companies during the 2017-2019 period. The data used in this study were obtained from the Financial Statements and Annual Reports of each company. The samples used were 89 (eighty-nine) manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This test uses multiple regression analysis. The analysis techniques used in this study are descriptive statistical tests, overall model tests, model feasibility tests, determination assumption tests, classification matrix tests, and regression coefficient tests.

Keywords: Tax; *Tunneling Incentive*; Bonus Mechanism; *Exchange Rate*; Profitability; *Leverage*; Manufacturing Company.

Diterima:; Direvisi:; Disetujui:

PENDAHULUAN

Transfer Pricing merupakan isu sensitif dalam bisnis dan perekonomian global. *Transfer Pricing* merupakan suatu kebijakan yang ditetapkan oleh suatu perusahaan untuk menentukan harga pengalihan suatu transaksi, baik itu harga barang, jasa, aset tidak berwujud maupun transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer Pricing* bisa juga diartikan sebagai besaran harga yang dibebankan satuan usaha individu pada perseroan multi satuan atas transaksi yang terjadi di antara mereka.

Permasalahan *Transfer Pricing* di Indonesia adalah dapat mengurangi basis pajak. Menurut Dirjen Pajak Suryo Utomo dalam forum Forum Nasional *Transfer Pricing* (Fornas TP) 2020, *Transfer Pricing* bukanlah praktik yang salah. Praktek ini menjadi tidak tepat apabila harga yang digunakan tidak wajar, harga yang tidak wajar tersebut dipengaruhi oleh adanya hubungan khusus antara Fiscus dengan Wajib Pajak, untuk itu Fiscus harus dapat

How to cite:	Nama Author. (Tahun). Judul Artikel. <i>Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan Vol X</i> (Nomor):Halaman
E-ISSN:	
Published by:	

menjelaskan *Transfer Pricing* kepada Wajib Pajak secara sederhana. Fiskus maupun Wajib Pajak harus membaca dan memahami Peraturan Menteri Keuangan Nomor 22/PMK.03/2020 tentang Tata Cara Pelaksanaan Kesepakatan Harga Transfer (*Advance Pricing Agreement/APA*).

Menurut (Mispiyanti,2015), *Tunneling Incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

Mekanisme bonus digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi setiap tahunnya. Perusahaan menginginkan bonus besar dengan mengubah laba yang dilaporkan. Tantiem atau jasa produksi (bonus) merupakan penghargaan yang diberikan RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. (Saifudin & Putri, 2018).

Nilai tukar dapat mempengaruhi *Transfer Pricing*. Perusahaan multinasional melakukan perdagangan antar negara dalam jumlah besar. Arus kas Perusahaan didenominasi dalam berbagai mata uang relatif terhadap dolar dan akan bervariasi dari waktu ke waktu. Nilai tukar yang berbeda ini nantinya akan mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, perubahan nilai tukar mata uang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk meningkatkan keuntungan melalui *Transfer Pricing*. Profitabilitas sangat penting bagi investor dan dijadikan sebagai salah satu indikator penilaian dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan. ((Mulyani et al., 2020).

Menurut (Mujabir & Pratiwi, 2021), *Leverage* (tingkat pendanaan) merupakan rasio yang menunjukkan besarnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya. Perusahaan multinasional sering kali membiayai anggota grupnya melalui utang dan/atau transfer modal. *Leverage* dapat menggantikan *Transfer Pricing* untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan multinasional. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin tinggi potensi *Transfer Pricing*-nya.

Regulasi terkini tentang *Transfer Pricing* adalah Peraturan Menteri Keuangan Nomor 22/PMK.03/2020 tentang Tata Cara Pelaksanaan Kesepakatan Harga Transfer (*Advance Pricing Agreement/APA*) yang berisi prinsip, standar, serta teknis penerapan *Transfer Pricing*. Peraturan ini tidak hanya mengatur mengenai penerapan PKKU bagi Wajib Pajak yang mengajukan permohonan APA, namun Peraturan ini tidak hanya mengatur mengenai penerapan PKKU bagi Wajib Pajak yang mengajukan permohonan APA, namun juga berlaku bagi Wajib Pajak lain yang melakukan transaksi afiliasi. Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha ada dalam Pasal 23 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 14 juga wajib dilakukan oleh Wajib Pajak dalam pelaksanaan hak dan pemenuhan kewajiban di bidang perpajakan terkait Transaksi yang Dipengaruhi Hubungan Istimewa. Apabila ditemukan ketidaksesuaian dengan regulasi dalam transaksi *Transfer Pricing*, Direktur Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan Harga Transfer sesuai Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha.

Regulasi berikutnya yang mengatur *Transfer Pricing* adalah Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan pasal 18. Aturan *Transfer Pricing* mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak seimbang. Hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan 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.

Dalam Akuntansi, regulasi *Transfer Pricing* ada di PSAK 7, dimana pihak – pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa.

Dalam urusan perpajakan, arus barang, jasa dan modal akan menyebabkan peningkatan devisa negara, namun tidak menutup kemungkinan akan terpicunya manipulasi *Transfer Pricing* akibat adanya hubungan antara ekspor dan impor. *Transfer Pricing* digunakan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang mereka bayarkan. *Transfer Pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Cahyadi & Noviyari, 2018)

Perbedaan tarif pajak yang berlaku menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan laba dan pendapatan ke negara lain dengan praktik *Transfer Pricing*. Dikarenakan banyaknya peraturan yang mengatur mengenai *Transfer Pricing*, namun celah dan ruang gerak wajib pajak untuk melakukan *Transfer Pricing* masih dapat dilakukan. Celah ini lah yang di manfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk memindahkan laba dan keuntungan sehingga perusahaan akan membayar lebih rendah. Hal ini menyebabkan kerugian yang besar bagi Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN. (Saraswati & Sujana, 2017).

Ada banyak kasus internasional yang melibatkan *Transfer Pricing*, termasuk kasus yang melibatkan Starbucks di Inggris, Google di Inggris, Amazon di Inggris, PT Adaro Energi Tbk di Indonesia, dan perusahaan lainnya. Dalam kasus yang dipimpin oleh Starbucks di Inggris, antara tahun 2010 dan 2012 diketahui bahwa Starbucks belum membayar pajak perusahaan di Inggris.

Strategi pertama yang dilakukan Starbucks adalah dengan mengajukan izin di luar negeri. Starbucks UK menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kekayaan intelektual atau melisensikan resep, logo, dan desain. Kekayaan intelektual ini dimiliki oleh perusahaan Belanda bernama Starbucks Coffee EMEA BV.

Akibatnya, Starbucks Inggris membayar biaya lisensi yang cukup tinggi setiap tahunnya, meskipun hal ini membantu mengalihkan keuntungan mereka ke Belanda. Bagi perusahaan Belanda, impor dari Inggris sudah termasuk dalam royalti dan dikenakan tarif yang sangat rendah berdasarkan peraturan perpajakan Belanda. Strategi kedua yang diterapkan Starbucks UK adalah membeli biji kopi dari Starbucks Swiss. Starbucks UK menanggung biaya pembelian biji kopi. Apa yang dilakukan Starbucks UK adalah caranya mengendalikan administrasi pajak Perusahaan.

Menurut Starbucks Swiss, pengalihan biji kopi tergolong dalam penjualan barang yang dikenakan tarif pajak 2% berdasarkan peraturan pajak Swiss. Jika kita menengok ke belakang, sejak berdirinya Starbucks di Inggris yang sudah berdiri selama 14 tahun, Starbucks Inggris hanya membayar 8,6 juta poundsterling.

Hal ini menyebabkan ketidak seimbangan antara jumlah pajak yang dibayarkan dengan jumlah keuntungan yang didapatkan oleh pihak Starbucks Inggris. (Rahayu et al., 2020).

Transfer Pricing juga dilakukan oleh PT Adaro Energi Tbk. PT Adaro menjual batubara ke Coaltrade Services International Pte.Ltd. merupakan perusahaan afiliasi yang berlokasi di Singapura. Harga transfer batubara lebih rendah dari harga pasar, kemudian melalui Coaltrade batubara tersebut dijual kembali sesuai harga pasar.

Tentu saja praktik *Transfer Pricing* yang dilakukan PT Adaro akan sangat merugikan Indonesia karena pendapatan dan keuntungan yang diperoleh PT Adaro di Indonesia lebih rendah. Perilaku *Transfer Pricing* ini diketahui karena adanya keraguan seputar laporan keuangan Coaltrade pada tahun 2002 hingga 2005. Dimana dalam laporan keuangan tersebut, terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dari Adaro. (Saraswati & Sujana, 2017)

Penelitian Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* oleh (Rahayu et al., 2020) dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 – 2018 dengan hasil variabel beban pajak dan profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*. Sedangkan variabel exchange rate, *Tunneling Incentive*, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Penelitian Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan *Leverage* Pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing* oleh (Cahyadi & Noviari, 2018) dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014 - 2016 dengan hasil Pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*. Profitabilitas yang dinyatakan dengan ROA berdampak positif terhadap keputusan perusahaan dalam menerapkan *Transfer Pricing*. *Leverage* mempunyai dampak positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*. Nilai tukar tidak mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing* suatu perusahaan.

Penelitian Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* oleh (Saraswati & Sujana, 2017) dengan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012 – 2015 dengan hasil variabel pajak dan *Tunneling Incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing*. Namun variabel mekanisme tidak menunjukkan adanya pengaruh pada indikasi melakukan *Transfer Pricing*.

Penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian Gusti Ayu Rai Surya Saraswati bersama I Ketut Sujana dan Tunjung Tri Rahayu, Endang Masitoh bersama Anita Wijayanti Pada jurnal pertama, peneliti menggunakan semua variabel independen ditambah dengan independen Exchange rate, Profitabilitas, dan *Leverage* yang terdapat pada jurnal kedua dimana kedua jurnal tersebut memiliki variabel dependen yang sama yaitu *Transfer Pricing*. Adapun perbedaan lain terdapat pada tahun penelitian yaitu tahun 2017 – 2019. Peneliti memilih perusahaan manufaktur karena penggunaan perusahaan manufaktur sebagai sampel karena sebagian besar atau sebanyak 55,3% perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015 modalnya berasal dari penanaman modal asing dengan kepemilikan saham melebihi 20% sehingga mempunyai hubungan intern yang cukup penting dengan induk perusahaan di luar negeri (Saraswati & Sujana, 2017).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Keputusan melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur selama periode tahun 2017- 2019.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis untuk menjelaskan sifat hubungan tertentu dengan investigasi korelasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, mekanisme bonus, exchange rate, profitabilitas, dan *leverage* pada keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan cross-sectional yaitu suatu penelitian yang datanya dikumpul hanya satu kali Dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda sebagai alat uji statistik data.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian. Penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak, *Tunneling Incentive*, mekanisme bonus, exchange rate, profitabilitas dan *leverage*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Transfer Pricing*.

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Transfer Pricing*. *Transfer Pricing* dalam penelitian ini adalah penjualan produk dari satu divisi ke divisi yang lain yang mempunyai hubungan istimewa dan berada di negara lain yang mempunyai tarif pajak lebih rendah dari pada Indonesia (Mispiyanti, 2015).

Metode pengukuran dalam variabel ini menggunakan metode dummy. Kriteria dummy yang digunakan adalah nilai 1 (satu) apabila perusahaan melakukan transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada dinegara lain, sedangkan nilai 0 (nol) untuk entitas yang tidak mengadakan penjualan kepada pihak istimewa yang berada dinegara lain (Saraswati & Sujana, 2017).

Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahantimbulnya variabel terikat. Untuk penelitian independen terdiri dari beberapa variabel:

Pajak

Penelitian ini menggunakan proksi pajak, perhitungan untuk variabel ini berupa berupa *Current Effective Tax Rate (ETR)*. Menurut Cahyadi & Naniek (2018) *Current ETR* baik digunakan untuk menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan karena *current ETR* dihitung dari beban pajak kini dengan laba sebelum pajak perusahaan, sehingga dapat mencerminkan strategi beban pajak tangguhan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Pajak tangguhan adalah beban pajak (*deferred tax expense*) atau manfaat pajak (*deferred tax income*) yang akan menambah atau mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar di masa depan (Subekti, 2019).

Untuk memperoleh nilai *Current Effective Tax Rate (ETR)* dapat menggunakan rumus:

$$ETR = \frac{\text{Current Income Tax Expense}}{\text{Pretax Income}} \quad (1)$$

Keterangan:

ETR = Effective Tax Rate

Current Income Tax Expense = Beban Pajak Kini

Pretax Income = Laba Sebelum Pajak

Sumber: (AYERS et al., 2009)

Tunneling Incentive

Penelitian variabel *Tunneling Incentive* ini menggunakan proksi jumlah kepemilikan saham oleh perusahaan sebesar minimal 20% (dua puluh persen) oleh pemegang saham yang berada dinegara lain atau luar negeri. Pernyataan terkait *Tunneling*

Incentive terdapat di dalam PSAK Nomor 15 yaitu mengenai pengaruh signifikan ditentukan dengan persentase sebesar 20% (dua puluh persen) atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham. Kepemilikan saham di atas 20% (dua puluh persen) diberi nilai 1 dan yang kurang dari 20% (dua puluh persen) diberi nilai 0 ((Mujabir & Pratiwi, 2021)). Untuk memperoleh nilai *Tunneling Incentive* (TNC) dapat menggunakan rumus:

$$TNC = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}} \quad (2)$$

Keterangan:

TNC = *Tunneling Incentive*

The Largest Number of Shareholdings = Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar

Number of Shares Outstanding = Jumlah Saham Beredar

Sumber: (Rahayu et al., 2020)

Mekanisme Bonus

Mekanisme Bonus adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja yang baik apabila perusahaan memperoleh laba (Rezky & Fachrizal, 2018). Pemberian kompensasi bonus diukur dengan dummy, dimana nilai 1 (satu) diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lain nilainya 0 (nol) (Mispianiti, 2015). Sehingga untuk variabel mekanisme bonus diukur dengan rumus Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) yaitu berdasarkan persentase pencapaian laba bersih pada tahun t terhadap laba bersih pada tahun $t-1$ (Saraswati & Sujana, 2017). Untuk memperoleh nilai Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dapat menggunakan rumus:

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba bersih tahun } t}{\text{Laba bersih tahun } t-1} \quad (3)$$

Keterangan:

ITRENDLB = Indeks Trend Laba Bersih

Sumber: (Saraswati & Sujana, 2017)

Exchange Rate

Exchange Rate merupakan nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau pembayaran yang akan datang di wilayah dan negara yang berbeda dengan mata uang. Menurut (Cahyadi & Noviari, 2018) variabel exchange rate dihitung berdasarkan skala rasio dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi sebelum pajak. Untuk memperoleh nilai Exchange Rate (ER) dapat menggunakan rumus:

$$ER = \frac{\text{Laba rugi selisih kurs}}{\text{laba rugi sebelum pajak}} \quad (4)$$

Keterangan:

ER = Exchange Rate

Sumber: (Mulyani et al., 2020)

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (laba) dalam periode tertentu, profitabilitas diukur dengan menggunakan Return on Assets (ROA) (Rahayu et al., 2020). Dalam rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aktiva yang digunakan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio yang diperoleh perusahaan maka semakin efektif penggunaan asset dalam menghasilkan laba. Untuk memperoleh nilai Profitabilitas dapat menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \quad (5)$$

Keterangan:

ROA = Return on Assets

Sumber: (Cahyadi & Noviari, 2018)

Leverage

Leverage merupakan rasio yang menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasi perusahaan (Rezky & Fachrizal, 2018). Hutang diperlukan oleh perusahaan dalam memenuhi biaya operasional perusahaan maupun kebutuhan dalam berinvestasi, dari hutang yang dipinjamkan akan menghasilkan bunga. Dalam penelitian (Cahyadi & Noviari, 2018) menyatakan bahwa perusahaan yang tinggi rasio utang terhadap ekuitas akan meminimalkan pajak perusahaan. Untuk memperoleh nilai *leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total liability}}{\text{Total equity}} \quad (6)$$

Keterangan:

DER = *Debt to Equity Ratio*

Sumber: (Mujabir & Pratiwi, 2021)

Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017 – 2019. Sampel diseleksi dengan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, yaitu:

1. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam bentuk rupiah.
2. Perusahaan yang menyampaikan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut untuk tahun 2017 – 2019

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter berupa *annual report* yang diunduh di situs Bursa Efek Indonesia dan beberapa situs Perusahaan lainnya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh seseorang tanpa melibatkan peneliti lain.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data dari basis data dikarenakan peneliti mengambil data sekunder. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan dan pencatatan data annual report pada masing-masing

perusahaan Manufaktur di Indonesia untuk mengetahui nilai *Transfer Pricing* dan nilai lainnya yang diperlukan untuk penelitian selama periode tahun 2017- 2019. Data tersebut diperoleh dari internet dengan cara mengunduh laporan tahunan atau laporan keuangan perusahaan masing-masing perusahaan Manufaktur yang dipublikasikan melalui website perusahaan dan Bursa Efek Indonesia.

Metode Analisis Data

Data yang didapatkan dari hasil kajian laporan keuangan selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan analisis data deskriptif dan analisis data statistik dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 22.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data dan informasi yang diperoleh dari perusahaan dianalisis menggunakan berbagai teknik analisis untuk memecahkan masalah dan menguji kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Analisis dimulai dengan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari variabel yang diteliti.

Selanjutnya, uji keseluruhan model digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model yang dihipotesiskan sesuai dengan data yang tersedia, dengan menggunakan -2LogL untuk menentukan apakah model regresi yang diuji cocok dengan data. Uji kelayakan model dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual secara statistik, dengan menggunakan uji Hosmer and Lemeshow untuk memvalidasi kecocokan model.

Selain itu, uji asumsi determinasi digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Terakhir, uji matriks klasifikasi digunakan untuk menunjukkan kekuatan prediksi model regresi dalam memprediksi keputusan perusahaan. Metode analisis regresi logistik dipilih karena variabel dependen bersifat dummy. Hasil dari analisis ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan terkait dengan transfer pricing, serta implikasinya dalam manajemen strategis perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis untuk menjelaskan sifat hubungan tertentu dengan investigasi korelasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, mekanisme bonus, exchange rate, profitabilitas, dan *leverage* pada keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *cross-sectional* yaitu suatu penelitian yang datanya dikumpul hanya satu kali.

Deskripsi Objek Penelitian

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 – 2019. Adapun kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampel penelitian adalah dalam table berikut:

Tabel 1. Total Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019	143
Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tidak dalam bentuk rupiah	0
Perusahaan yang tidak menyampaikan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut untuk tahun 2017-2019	54
Perusahaan yang terpilih menjadi sampel per tahun	89
Total sampel 2017-2019	267

Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data. Dalam penelitian ini, analisis data deskriptif dilihat menggunakan nilai Minimum, Maximum, Mean dan Standar Deviasi dari masing – masing variabel dependen serta variable independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu *Transfer Pricing* (TP) dengan variabel independen yaitu Pajak (ETR), *Tunneling Incentive* (TNC), Mekanisme Bonus (ITRENDLB), Exchange Rate (ER), Profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (DER). Adapun hasil uji statistic deskriptif dalam penelitian ini bisa dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	267	-140,96	23,17	0,3556	8,81686
TNC	267	0,09	0,99	0,6005	0,2308
ITRENDLB	267	-45,66	29,85	0,8526	5,90555
ER	267	-2,24	4,83	0,0119	0,41476
ROA	267	-2,64	0,92	0,0453	0,20456
DER	267	-4,94	23,92	1,3789	2,89217
TP	267	0	0	0,75	0,432
Valid N (listwise)	267				

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan hasil statistic deskriptif yang disajikan pada table 4.2 diatas diketahui bahwa jumlah sampel (N) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 267 sampel yang tercatat dalam perusahaan manufaktur yang sudah terpublikasi di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017 – 2019, yang dapat dipresentasikan sebagai berikut:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pajak (ETR). Adapun nilai rata-rata sebesar 0,3556 serta standar deviasi sebesar 8,8186. Hasil ini menunjukkan bahwa beban rata-rata variabel Pajak (ETR) Perusahaan manufaktur adalah sebesar 35% dari laba pajak sebelumnya.
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Tunneling Incentive* (TNC). Adapun nilai rata-rata sebesar 0,6005 serta standar deviasi sebesar 0,23080. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Tunneling Incentive* (TNC) pada perusahaan manufaktur dikuasai oleh beberapa pihak saja.
3. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Mekanisme Bonus (ITRENDLB). Adapun nilai rata-rata sebesar 0,8526 serta standar deviasi sebesar 5,90555. Hasil ini menunjukkan variabel Mekanisme Bonus (ITRENDLB) pada perusahaan manufaktur

memiliki pencapaian laba bersih pada tahun t terhadap tahun sebelumnya yaitu sebesar 85%.

4. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Exchange Rate (ER). Adapun nilai rata-rata sebesar 0,119 serta standar deviasi sebesar 0,41476. Hasil ini menunjukkan bahwa beban rata-rata variabel Exchange Rate (ER) pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 11,9% dari keuntungan kurs pada tahun sebelumnya.
5. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (ROA). Adapun nilai rata-rata sebesar 0,453 serta standar deviasi sebesar 0,20456. Hasil ini menunjukkan variable Profitabilitas (ROA) pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 45,3% dari tahun sebelumnya.
6. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Leverage* (DER). Adapun nilai rata-rata sebesar 1,3789 serta standar deviasi sebesar 2,89217. Hasil ini menunjukkan variable *Leverage* (DER) pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 137,8% dari tahun sebelumnya.
7. Variabel *Transfer Pricing* (TP) mempunyai nilai terendah 0 dan nilai tertinggi 1. Sedangkan rata – ratanya 0,75, dan standar deviasi senilai 0,432. Mean sebesar 0,75 atau setara dengan 75% menunjukkan bahwa transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain terjadi pada 89 pengamatan, yang berarti variabel *Transfer Pricing* terjadi pada sebagian besar pengamatan.

Analisis Uji Keseluruhan Model (Overall Fit Model)

Tabel 3. Hasil Uji Overall Fit Model

<i>-2Log Likelihood (-2LogL) pada awal</i>	298.628
<i>-2Log Likelihood (-2LogL) pada akhir</i>	286.928

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 3, terjadi penurunan nilai -2LogL yang awalnya sebesar 298.628 kemudian sebesar 286.928 -2LogL pada akhir. Terjadinya penurunan nilai ini menunjukkan data empiris sesuai dengan modelnya, sehingga model dapat dikatakan fit.

Analisis Uji Kelayakan Model (Model Fit)

Tabel 4. Hasil Uji Hosmer and Lemeshow

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	4.146	8	0.844

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui nilai statistic Hosmer and Lemeshow adalah 4.146 dengan nilai signifikansi 0.844 yang nilainya lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut maka model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

Analisis Uji Asumsi Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Nagelkerke's R Square

<i>Nagelkerke's R Square</i>	0.64
------------------------------	------

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui nilai Nagelkerke's R Square adalah 0,64. Hal ini dapat dikatakan variabel independen memberikan 64% informasi yang dibutuhkan

untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 36% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Analisis Uji Matrik Klasifikasi

Tabel 6. Hasil Uji Matrik Klasifikasi

Observed	TP	Predicted		
		0	1	
Step 1	TP 0	32	34	48.5
	1	5	196	97.5
<i>Overall Percentage</i>				85.4

a. The cut value is, 500

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan bahwa tingkat prediksi 97,5% Perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Persentase keseluruhan dapat diprediksi sebesar 85,4%. Kesimpulan dari Tabel 6 bahwa kemampuan prediksi dari model regresi kemungkinan perusahaan manufaktur melakukan *Transfer Pricing* adalah sebesar 97,5%. Sebanyak 34 firm years dari 230 firm years yang diprediksi akan melakukan *Transfer Pricing*.

Berikutnya perusahaan manufaktur yang tidak melakukan *Transfer Pricing* adalah sebesar 48.5%. Sebanyak 32 firm years dari 37 firm years yang diprediksi akan tidak melakukan *Transfer Pricing*. Secara keseluruhan model dengan variabel Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Profitabilitas dan *Leverage* secara statistic dapat diprediksi sebesar 85.4%.

Analisis Uji Koefisien Regresi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Regresi

Variabel	B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Constant	-19.164	8.125	4.620	1	0.020	210.344
Pajak	27.111	3.913	4.052	1	0.048	12.171
Tunneling Incentive	5.158	2.995	16.414	1	0.002	0.401
Mekanisme Bonus	0.282	0.121	0.182	1	0.032	1,168
Exchange Rate	0.797	2,285	0.423	1	0.568	28,313
Profitabilitas	18.977	6.543	5.091	1	0.018	3,337
<i>Leverage</i>	13.192	5.504	4.785	1	0.026	1,224

Sumber: Data Olahan SPSS

Pengujian terhadap koefisien regresi logistic tersebut menghasilkan model berikut ini:

$$Y = -19.164 + 27.111X_1 + 5.158X_2 + 0.282X_3 + 0.797X_4 + 18.9775X_5 + 13.192X_6$$

Berdasarkan hasil yang disajikan pada table 4.7 diatas diketahui bahwa konstanta yang diperoleh dari hasil olah data sebesar 19.164 maka *Transfer Pricing* akan meningkat sebesar 192%.

Pembahasan

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel Pajak sebesar $0.048 < 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rachmat, 2020), (Purwanto & Tumewu, 2018), (Cahyadi & Noviari, 2018), dan (Saraswati & Sujana, 2017) membuktikan bahwa pajak berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel *Tunneling Incentive* sebesar $0.002 < 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tania & Kurniawan (2019), Purwanto & Tumewu (2018), Kurniawan, Sutjiatmo & Wikansari (2018), dan Saraswati & Sujana (2017) membuktikan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel Mekanisme Bonus sebesar $0.032 < 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rachmat (2020), Tania & Kurniawan (2019) dan Saifudin & Putri (2018) membuktikan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Exchange Rate Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel Exchange Rate tidak berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil ujikoefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel Exchange Rate sebesar $0.568 > 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel Exchange Rate tidak berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi & Noviari (2018) menemukan bahwa exchange rate berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel Profitabilitas sebesar $0.018 < 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel Profitabilitas

berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Cahyadi & Noviani (2018) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Leverage Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Hipotesis pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa variabel *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel *Leverage* sebesar $0.026 < 0.05$. Hal ini menandakan bahwa variabel *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Cahyadi & Noviani (2018), (Mujabir & Pratiwi, 2021) dan Rezky & Fachrizal (2018) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk melakukan *Transfer Pricing* pada periode tahun 2017 hingga 2019. Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Profitabilitas, dan *Leverage* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan tersebut. Meskipun demikian, *Exchange Rate* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* perusahaan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi praktisi dan akademisi dalam memahami faktor-faktor yang mendorong praktik *Transfer Pricing* di Indonesia, serta implikasinya terhadap strategi perusahaan dalam mengelola kewajiban pajak dan efisiensi operasional.

Daftar Pustaka

- AYERS, B. C., JIANG, J. (XUEFENG), & LAPLANTE, S. K. (2009). Taxable Income as a Performance Measure: The Effects of Tax Planning and Earnings Quality.
- Cahyadi, A., & Noviani, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. Jurnal Akuntansi & Investasi 16(1), 62-73.
- Mujabir, & Pratiwi, A. (2021). Analisis Perbandingan Debt to Equity Ratio Antarapt Kalbe Farma Tbk Dan PT Kimia Farma Tbk.
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate.
- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Rachmat, R. A. H. (2020). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing.

-
- Rahayu, T. T., Wahyuningsih, E. M., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing.
- Rezky, M. A., & Fachrizal, F. (2018). Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Multinationality Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.
- Saifudin, S., & Putri, S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Emiten BEI.
- Saraswati, R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing.
- Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017).



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
