

PENGARUH *EFFECTIVE TAX RATE*, MEKANISME BONUS, DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP *TRANSFER PRICING*

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021)

Andika Dwi Hertanto¹, Amor Marundha², Idel Eprianto³, Cris Kuntadi⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi

Corresponding Author: andika.dwi.hertanto19@mhs.ubharajaya.ac.id¹,
amor.marundha@dsn.ubharajaya.ac.id², idel.eprianto@dsn.ubharajaya.ac.id³,
cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id⁴

Article History

Received: 29-01-2023

Revised: 03-02-2023

Accepted: 04-02-2023

Kata Kunci:

Effective Tax Rate; Mekanisme Bonus; Transfer Pricing; Tunneling Incentive

Keywords:

Bonus Mechanism; Effective Tax Rate; Transfer Pricing; Tunneling Incentive

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Effective Tax Rate*, *Mekanisme Bonus*, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2021). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh melalui website resmi www.idx.co.id. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* sehingga diperoleh 11 perusahaan dari 193 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan jumlah observasi sebanyak 55 sampel data. Metode analisis yang digunakan adalah *Regresi Linear Berganda* dengan bantuan *Eviews 9*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Effective Tax Rate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*, *Mekanisme Bonus* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*, dan *Tunneling Incentive* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

ABSTRACT:

This study aims to determine the effect of the *Effective Tax Rate*, *Bonus Mechanism*, and *Tunneling Incentives* on *Transfer Pricing* (Empirical Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017 – 2021). The data used in this study is secondary data in the form of annual financial reports obtained through the official website www.idx.co.id. The sampling technique used was *purposive sampling* so that 11 companies were obtained from 193 manufacturing companies listed on

the Indonesia Stock Exchange (IDX) and the number of observations was 55 data samples. The analytical method used is Multiple Linear Regression with the help of Eviews 9. The results show that the Effective Tax Rate has a positive and significant effect on Transfer Pricing, the Bonus Mechanism has a negative but not significant effect on Transfer Pricing, and Tunneling Incentive has a negative but not significant effect on Transfer Pricing.

PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan multinasional pada praktiknya sering sekali dimanfaatkan dan digunakan untuk melakukan penghindaran pajak karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, serta keinginan untuk memperkecil pungutan pajak yang tinggi, dapat dilakukan dengan cara *Transfer Pricing* (Noviastika et al., 2016). *Transfer Pricing* dipercaya dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperoleh sumber daya yang terbatas khususnya dalam perusahaan multinasional yang berskala global. Pelaku subyek pajak wajib membayar pajak penghasilan kepada pemerintah sesuai dengan tarif pajak yang sudah ditentukan. Tarif pajak penghasilan yang sudah ditetapkan pemerintah berbeda dengan tarif pajak efektif yang ditanggungkan kepada perusahaan terkadang lebih besar atau lebih kecil dari tarif pajak yang sudah ditetapkan pemerintah (Lubis et al., 2013).

Sering dijumpai aturan-aturan yang berkaitan dengan perlakuan pajak terhadap transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dianggap sebagai aturan yang dapat memecahkan masalah *Transfer Pricing*, dasar hukum bagi otoritas pajak yang melakukan koreksi atas transaksi yang terjadi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Yuniasih et al., 2012).

Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4a) menjelaskan bahwa hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan (Online Pajak, 2018). Sarifah et al., (2019) membuktikan bahwa semakin meningkatnya pajak yang dikenakan maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *Transfer Pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Adapun fenomena yang terkait *Transfer Pricing* di Indonesia bahwa 60% dari wajib pajak di Indonesia melakukan praktik *Transfer Pricing*. Hampir semua eksportir di Indonesia melakukan *Transfer Pricing* sehingga kerugian negara mencapai 25% dari nilai ekspor untuk menghindari royalti yang dibayarkan ke negara republik Indonesia (www.ortax.org, data diakses pada 1 mei 2017).

Zatnika (2017) menjelaskan bahwa praktik penghindaran pajak dengan skema *Transfer Pricing* tidak hanya terjadi pada perusahaan multinasional yang lintas negara. Praktik dengan perusahaan terafiliasi ini, menurut Ditjen Pajak, juga terjadi antar perusahaan dalam negeri. Direktur Perpajakan Internasional Ditjen Pajak John Hutagaol mengatakan, “beberapa perusahaan yang ada dalam satu grup di Indonesia kerap menggunakan skema ini, tujuannya yaitu memindahkan keuntungan dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki kewajiban perpajakan lebih kecil.” Ketua Dewan Pengurus Nasional IAI mengungkapkan, *Transfer Pricing* sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk secara sengaja menggelapkan pajak. Tetapi *Transfer Pricing* memberi peluang bagi wajib

pajak untuk memanipulasi besar kewajiban pajaknya. Manipulasi *Transfer Pricing* bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu group yang beroperasi di negara-negara yang memiliki perbedaan sistem pajak (Primadhyta, 2017).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang ber-pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu. Penulis meneliti “**Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia**”.

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan (Agency Theory)

Michael C. Jensen dan William H. Meckling mempresentasikan teori keagenan (agency theory) pada tahun 1976. Teori ini mengartikan “hubungan keagenan sebagai kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) mengimplikasikan orang lain (agen) untuk melakukan layanan tertentu atas nama mereka, yang melibatkan pelimpahan wewenang pengambilan keputusan tertentu kepada agen”. Teori ini juga menjelaskan masalah insentif perusahaan (masalah prinsipal dan agen) yang disebabkan oleh pemecahan kepemilikan dan pengendalian sumber daya. Hal ini telah digunakan untuk menjelaskan pilihan akuntansi secara teoritis, pengungkapan sukarela, penunjukkan auditor secara sukarela, dan *corporate lobbying* tentang standar akuntansi yang diusulkan (Morris, 1987).

Teori Persinyalan (Signalling Theory)

Jama'an (2008) *Signaling Theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak overstate.

Transfer Pricing

Transfer Pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Dirjen Pajak, penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi). Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan (Ria Rosa et al., 2017).

Tampubolon & Al Farizi (2018) *Transfer Pricing* adalah transaksi pertukaran produk atau jasa yang terjadi diantara dua jenis entitas yang berbeda dalam suatu grup perusahaan. Dalam Peraturan Dirjen Pajak (PER-32/PJ/2011) Pasal 1 ayat 8, proses dalam menentukan

harga transfer antar pihak istimewa disebut dengan *Transfer Pricing*. *Transfer Pricing* adalah suatu harga jual khusus yang digunakan dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). Perusahaan melakukan *Transfer Pricing* memiliki tujuan yaitu untuk mentransmisikan data keuangan diantara divisi-divisi atau departemen-departemen perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain (Simamora, 2012).

Effective Tax Rate

Effective atau efektif berasal dari Bahasa Inggris yang artinya berhasil dilakukan dengan baik. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan perbandingan antara beban pajak yang harus dibayar perusahaan dengan penghasilan sebelum pajak. Tarif pajak efektif sangat berguna untuk mengukur beban pajak yang sebenarnya. Tarif pajak efektif membantu untuk mengetahui berapa bagian dari penghasilan yang sebenarnya dibayarkan untuk pajak dibandingkan dengan tarif pajak marginal (Handayani & Arfan, 2014).

Berdasarkan Undang-Undang No 36 Tahun 2008 Tentang Pajak, 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. *Effective Tax Rate* dapat berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing*. Semakin tinggi nilai *Effective Tax Rate* semakin besar beban pajak yang harus dibayar maka perusahaan semakin terpicu untuk melakukan minimalisasi pajak yaitu dengan cara melakukan *Transfer Pricing*. Jadi jumlah beban pajak yang harus dibayar dapat mengindikasikan keinginan manajemen untuk menerapkan *Transfer Pricing* sebagai upaya minimalisasi beban pajak yang harus dibayar.

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan melalui RUPS sesuai dengan perhitungan bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham yang memiliki kinerja yang baik setiap tahun dan apabila perusahaan memperoleh laba Suryatiningsih (2009) dalam (Pramana, 2014). Irpan (2010), juga mengemukakan bahwa mekanisme bonus adalah metode pemberian kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi bersangkutan.

Selain itu menurut Refgia (2017) 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, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

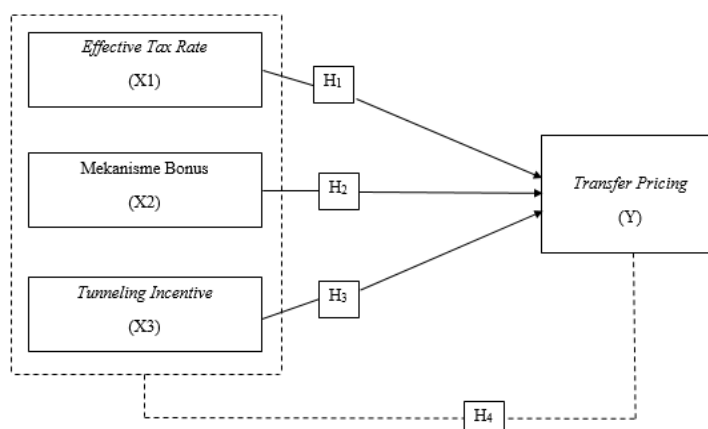
Tunneling Incentive

Chalimatussa'diyah (2020) *Tunneling Incentive* merupakan suatu perilaku saham mayoritas yang memindahkan laba dan asset perusahaan untuk kepentingan pribadi, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan. (Mispian, 2015)

mengatakan bahwa transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan oleh pemegang saham dalam mengendalikan tunneling. Johnson et al. (2000) dalam Wafiroh & Hapsari (2016) kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lainnya sering dirugikan oleh pemegang saham kendali karena berpengaruh kuat yang menyebabkan timbulnya resiko eksploitasi seperti karakteristik kelompok bisnis konglomerat. Kemampuan mengendalikan kegiatan bisnis pada satu pihak muncul akibat kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak pengendali yang akan menimbulkan kegiatan tunneling. Tunneling merupakan aktivitas pengalihan aset dalam keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut.

Selanjutnya dikatakan bahwa struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer. Dalam struktur kepemilikan ini, pemegang saham secara umum tidak bersedia melakukan monitoring karena mereka harus menanggung seluruh biaya monitoring dan hanya menikmati keuntungan sesuai dengan proporsi kepemilikan saham mereka. Oleh karena itu, konflik keagenan yang terjadi pada struktur kepemilikan tersebar adalah konflik keagenan antara manajer dengan pemegang saham.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Pengaruh *Effective Tax Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Noviastika et al., (2016) pajak menjadi salah satu alasan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Perusahaan yang melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang berada diluar negeri cenderung melakukan upaya untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar perusahaan sehingga dapat menurunkan besaran pajak efektif. Pengukuran pajak yang efektif dilakukan dengan menggunakan tarif pajak efektif (*Effective Tax Rate*).

Selanjutnya, sebagaimana yang dinyatakan oleh Marfuah & Azizah (2014) suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi, sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaan yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut maka perusahaan

perusahaan maju akan berfikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba dan apabila pajak dapat ditekan maka dapat mengurangi cost perusahaan, sehingga dapat mengurangi tarif pajak efektif (*Effective Tax Rate*) perusahaan. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Noviastika et al., 2016) dan (Yuniasih et al., 2012) penelitiannya menunjukkan bahwa pajak yang diprosikan dengan *Effective Tax Rate* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

H1: *Effective Tax Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

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, karena 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 perikayasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal.

Purwanto & Tumewu (2018), menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *Transfer Pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *Transfer Pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima.

H2: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Tunneling Incentive dapat didefinisikan sebagai insentif yang didapat oleh pemilik saham mayoritas dari pengalihan aset, di mana bebannya ditanggung bersama dengan pemilik saham minoritas Surya dan Sujana (2017). Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) menemukan adanya pengaruh positif *Tunneling Incentive* pada keputusan *Transfer Pricing* perusahaan. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling.

Contoh bentuk lain dari tunneling adalah pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar (Surya dan Sujana, 2017). Hal tersebut dilakukan dengan cara apabila perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku yang terlalu besar tentunya akan sangat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan anak namun sebaliknya perusahaan induk sebagai pemegang saham mayoritas tentunya akan lebih banyak mendapatkan keuntungan. Dikarenakan kepemilikan saham di Indonesia yang cenderung struktur kepemilikan yang terkonsentrasi maka ada pula kecenderungan pemegang saham mayoritasnya untuk melakukan tunneling.

H3: *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* secara bersama-sama terhadap *Transfer Pricing*

Pengetahuan *Effective Tax Rate*, mekanisme bonus, dan *Tunneling Incentive* berperan penting dalam *Transfer Pricing*. Perusahaan yang melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang berada diluar negeri cenderung melakukan upaya untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar perusahaan sehingga dapat menurunkan besaran pajak efektif. Pengukuran pajak yang efektif dilakukan dengan menggunakan tarif pajak efektif (*Effective Tax Rate*). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan Mispiyanti (2015). Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka akan semakin baik citra para direksi yang akan membuat semakin tinggi pula apresiasi yang diberikan oleh pemilik kepada direksi.

Merujuk pada penelitian Purwanto & Tumewu (2018). *Tunneling Incentive* dapat didefinisikan sebagai insentif yang didapat oleh pemilik saham mayoritas dari pengalihan aset, di mana bebannya ditanggung bersama dengan pemilik saham minoritas Surya dan Sujana (2017). Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) menemukan adanya pengaruh positif *Tunneling Incentive* pada keputusan *Transfer Pricing* perusahaan. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling.

H4: *Effective Tax Rate*, Mekanisme bonus, dan *Tunneling Incentive* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

METODE PENELITIAN

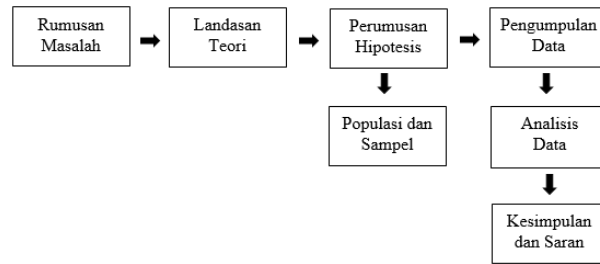
Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi mengenai *Transfer Pricing*.

Desain Penelitian

Sujarweni (2015) menjelaskan bahwa desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Data diperoleh dari Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah pengujian hipotesis, dimana pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu atau menemukan perbedaan antar kelompok (indepedensi) dua atau lebih dari faktor dalam suatu situasi.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

Definisi Operasional Variabel

1. Transfer Pricing

Transfer Pricing dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai kebijakan perusahaan dalam menentukan harga yang dibebankan atas suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dimana keberadaan variabel Transfer Pricing dapat diketahui dengan melihat ada atau tidaknya data penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Adapun variabel ini diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu artinya nilai variabel tersebut terbatas pada ‘0’ dan ‘1’ saja. Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 1 dan perusahaan yang tidak melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 0 (Rachmat, 2019).

$$Transfer Pricing = \frac{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}{Total Piutang} \times 100\%$$

2. Effective Tax Rate

Dalam penelitian ini, diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR), yang merupakan perbandingan tax expense dibagi dengan laba kena pajak. ETR adalah presentase besaran tarif pajak yang ditanggung perusahaan. ETR digunakan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan serta untuk mengetahui tata kelola perpajakan yang diterapkan oleh suatu perusahaan. apabila ETR tinggi, maka kemungkinan perusahaan melakukan *Transfer Pricing* juga tinggi (Ardyansyah dalam Saraswati & Sujana, 2017).

$$Effective Tax Rate = \frac{Beban Pajak Penghasilan}{Laba Kena Pajak}$$

3. Mekanisme Bonus

Mekanisme Bonus dapat diartikan sebagai imbalan kepada jajaran direksi perusahaan atas hasil kerja mereka dengan melihat prestasi kerja direksi itu. Prestasi kerja dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara objektif. Variabel independen penelitian ini adalah mekanisme bonus dan di proksikan dengan *indeks trend* laba bersih (ITRENDLB). Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio dengan rumus sebagai berikut (Hartati et al., 2014).

$$ITRENDLB = \frac{Laba bersih tahun t}{laba bersih tahun t-1} \times 100\%$$

4. *Tunneling Incentive*

Variabel *tunnelling incentive* didasarkan pada rasio ekuitas pihak asing atau perusahaan asing sebesar 20% atau lebih tinggi. Menurut PSAK No. 15, jika modal suatu entitas mencapai atau melebihi 20%, maka dianggap entitas tersebut mempunyai pengaruh signifikan langsung atau tidak langsung terhadap entitas lain (Saraswati & Sujana, 2017). Perhitungan *Tunneling Incentive* diperoleh dengan rumus berikut:

$$\text{TNC} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Metode Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Non *Probability Sampling*, yaitu teknik penarikan sampel dari suatu populasi, cara pengambilan sampel ini disebut dengan teknik sampling. Jika sampling dilakukan dengan metode yang tepat, maka analisis statistik dari suatu sampel dapat digunakan untuk menggeneralisasikan keadaan populasi. dimana yang dijadikan sebagai sampel adalah sampel yang hanya memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang tidak memenuhi kriteria tidak dimasukkan ke dalam sampel penelitian ini. Adapun kriteria yang dikategorikan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2017-2021.
2. Perusahaan yang tidak menyampaikan laporan keuangan tahunan secara lengkap selama periode pengamatan yaitu tahun 2017-2021.
3. Perusahaan manufaktur yang tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan saham oleh asing 20% atau lebih.
4. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian yaitu tahun 2017-2021.
5. Perusahaan yang tidak melakukan transaksi piutang dengan pihak berelasi selama periode pengamatan yaitu tahun 2017-2021.
6. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan bukan dalam bentuk rupiah.

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2017-2021	193
2.	Perusahaan yang tidak menyampaikan laporan keuangan tahunan secara lengkap selama periode pengamatan yaitu tahun 2017-2021	(27)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan saham oleh asing 20% atau lebih	(79)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian yaitu tahun 2017-2021	(53)
5.	Perusahaan yang tidak melakukan transaksi piutang dengan pihak berelasi selama periode pengamatan yaitu tahun 2017-2021	(17)
6.	Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan bukan dalam bentuk rupiah	(6)
	Perusahaan yang memenuhi kriteria	11
	Jumlah Observasi (11 perusahaan x 5 tahun dari 2017-2021)	55

Gambar 3.2 Kriteia Purposive Sampling

Berikut nama-nama perusahaan manufaktur yang telah memiliki kriteria dan terpilih menjadi sampel penelitian, berdasarkan purposive sampling dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	ASII	Astra Internasional Tbk
2.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
3.	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
4.	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk
5.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6.	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk
7.	JPFA	Japfa Comfeed Prima Tbk
8.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
9.	SIPD	Sierad Produce Tbk
10.	SKLT	Sekar Laut Tbk
11.	VOKS	Voksel Electric Tbk

Gambar 3.3 Sampel Penelitian

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam analisis.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah mengumpulkan data dari sumber data lain. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensi melalui bantuan *Eviews 9*. Alasan penggunaan alat analisis regresi logistik adalah karena variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dikotomi (transaksi penjualan dengan pihak berelasi, atau tidak ada transaksi penjualan dengan pihak berelasi). Tahapan analisis data dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan program Data Panel dan *Eviews* versi 9 for Windows.

Regresi Data Panel

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi Data Panel. Menurut Basuki & Prawoto (2016) regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). Persamaan model regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \epsilon_{it}$$

Common Effect Model

Model ini merupakan pendekatan yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *cross section* dan data *time series*. Pada *Common effect Model* tidak diperhatikan dimensi waktu dan individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan akan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bias menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi

model data panel. Persamaan regresi dalam *Common Effect Model* dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_j X_{jit} + \text{eit}$$

Fixed Effect Model

Fixed Effect Model mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasikan dari perbedaan *intercept-nya*. Model ini juga mengasumsikan bahwa koefisien regresi antar individu adalah tetap. Untuk mengetahui perbedaan intercept antar perusahaan, model ini menggunakan teknik variabel dummy yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_j X_{jit} + \sum_{i=2}^n \alpha_i D_i + \text{eit}$$

Random Effect Model

Random Effect Model menggunakan variabel gangguan (*error term*) yang mungkin akan menghubungkan antar waktu dan antar perusahaan, sehingga model ini disebut juga dengan *Error Component Model* (CPM). Penulisan konstanta dalam model ini bersifat *random*, sehingga persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_j X_{jit} + \text{eit} ; \text{eit} = U_{it} + V_{it} + W_{it}$$

Uji Chow

Uji *chow* adalah pengujian yang digunakan untuk menentukan mana yang paling tepat untuk mengestimasi data panel antara *Fixed effect Model* atau *Common effect Model*. *Fixed effect Model* dipilih apabila nilai F hitung lebih besar dari F kritis sehingga hipotesis nol ditolak. Hipotesis yang dibentuk dalam Uji *Chow* adalah sebagai berikut:

H0 = *Common effect Model*

H1 = *Fixed effect Model*

Dasar penolakan terhadap hipotesis di atas adalah dengan membandingkan perhitungan nilai probabilitas dari *chi-Square* dengan ketentuan sebagai berikut:

Terima H0 = Jika *Chi-Square* > 0,05

Terima H1 = Jika *Chi-Square* < 0,0

Uji Hausman

Uji *Hausman* adalah pengujian statistik untuk memilih apakah *Fixed effect Model* atau *Random effect Model* yang paling tepat digunakan. *Fixed effect Model* dipilih apabila nilai statistik *hausman* lebih besar daripada *chi-Square*. Uji *Hausman* dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H0 = *Random effect Model*

H1 = *Fixed effect Model*

Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk mengetahui apakah *Random effect Model* lebih baik daripada *Common effect Model*. *Random effect Model* dipilih untuk regresi data panel apabila nilai LM hitung lebih besar daripada nilai *chi-Square*. Hipotesis yang dibentuk dalam uji LM ini adalah sebagai berikut:

H0 = *Common effect Model*

H1 = *Random effect Model*

Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik ini dilakukan dengan melihat:

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel yang bebas dalam suatu model regresi. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Variance Inflation Faktor (VIF) dan tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka tolerance diatas 0,1 dan mempunyai VIF < 10.
- 2) Mengkorelasikan antara variabel independen, apabila memiliki korelasi yang sempurna (lebih dari 0,8) maka terjadi problem multikolinieritas, demikian sebaliknya.

Uji Heteroskedastisitas

Basuki & Prawoto (2016), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Uji statistik heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Prinsip uji heterokedastisitas menggunakan uji glesjer dengan cara meregresikan variabel independent terhadap nilai absolut residual. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat:

Uji T

Uji t menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan atau mengungkapkkan variasi variabel dependen.

Uji F

Uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data (Ghozali, 2006). 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Uji analisis statistik deskriptif diaplikasikan untuk menunjukkan berapa jumlah data yang digunakan untuk penelitian dan memberikan nilai minimum, nilai maximum, dan nilai

rata-rata, serta standar deviasi dari masing-masing variabel. Berdasarkan tabel 4.1 jumlah data Observasi yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 55 sampel. Berikut hasil uji analisis statistik deskriptif dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

	<i>Transfer Pricing (Y)</i>	<i>Effective Tax Rate (X1)</i>	<i>Mekanisme Bonus (X2)</i>	<i>Tunneling Incentive (X3)</i>
Date: 12/09/22				
Time: 09:38				
Sample: 2017 2021				
<i>Mean</i>	0.086909	0.280364	1.147636	0.552364
<i>Median</i>	0.040000	0.240000	1.040000	0.510000
<i>Maximum</i>	0.480000	1.440000	3.080000	0.920000
<i>Minimum</i>	0.000000	0.050000	0.070000	0.210000
<i>Std. Dev.</i>	0.128868	0.191736	0.557444	0.242494
<i>Skewness</i>	2.020820	4.471767	1.177643	0.327729
<i>Kurtosis</i>	5.891127	26.23190	5.155665	1.907206
<i>Jarque-Bera</i>	56.58920	1420.164	23.36186	3.721267
<i>Probability</i>	0.000000	0.000000	0.000008	0.155574
<i>Sum</i>	4.780000	15.42000	63.12000	30.38000
<i>Sum Sq. Dev.</i>	0.896775	1.985193	16.78019	3.175393
<i>Observations</i>	55	55	55	55

Sumber: Output Eviews 9

Pemilihan Model Estimasi

Dalam menentukan pemilihan model estimasi diperlukan pengujian Chow, Hausman, Lagrange Multiplier.

Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Redundant <i>Fixed effects</i> Tests			
Equation: MODEL_FEM			
Test cross-section <i>fixed effects</i>			
Cross-section F	148.718125	(10,41)	0.0000
Cross-section Chi-Square	199.004383	10	0.0000

Sumber: Output Eviews 9

Hasil uji *chow* pada tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas cross section F = 0,0000 lebih kecil dari signifikansi 0,05 ($0,0000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya model *fixed effect* yang tepat digunakan dibandingkan dengan *common effect* untuk mengestimasi data panel.

Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Correlated <i>Random effects</i> - Hausman Test			
Equation: MODEL_REM			
Test cross-section <i>random effects</i>			
Cross-section random	3.362808	3	0.3390

Sumber: Output Eviews 9

Hasil dari uji *hausman* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas $> Chi^2$ sebesar 0,3390 yang nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,3390 > 0,05$) sehingga H_0 diterima. Artinya

dalam penelitian ini model estimasi yang lebih tepat digunakan adalah *random effect* daripada *fixed effect*. Berdasarkan hasil uji *chow* dan uji *hausman* maka metode yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*.

Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for <i>Random effects</i>			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	101.8322 (0.0000)	2.393433 (0.1218)	104.2257 (0.0000)

Sumber: Output *Eviews 9*

Dari hasil uji LM pada tabel diatas didapatkan nilai probabilitas Breush-Pagan sebesar 0,0000. Nilai probabilitas tersebut < taraf signifikansi 0,05 (0,0000 < 0,05) yang berarti estimasi model regresi yang paling baik adalah *Random Effect Model*.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Pengujian Asumsi Klasik ini dilakukan dengan melihat:

Uji Multikolinieritas

	EFFECTIVE_T AX_RATE__X1	MEKANISME_B ONUS_X2	TUNNELING_I NCENTIVE_X 3
EFFECTIVE_T AX_RATE__X1	1.000000	0.136052	0.265878
MEKANISME_ BONUS_X2	0.136052	1.000000	0.142847
TUNNELING_I NCENTIVE_X 3	0.265878	0.142847	1.000000

Sumber: Output *Eviews 9*

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat semua korelasi antara variabel independen tidak ada yang memiliki nilai lebih dari 0,90. Artinya pada model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas atau dalam model ini tidak terdapat korelasi antara variabel independen.

Berdasarkan tabel diatas:

nilai Correlation antara X1 & X2 sebesar 0,13 < 0,90 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas
 nilai Correlation antara X1 & X3 sebesar 0,26 < 0,90 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas
 nilai Corelation antara X2 & X3 sebesar 0,14 < 0,90 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: TRANSFER PRICING_Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/28/22 Time: 14:25				
Sample (adjusted): 2018 2021				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 11				
Total panel (balanced) observations: 44				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
EFFECTIVE TAX RATE				
E_X1	-0.180588	0.189956	-0.950585	0.3475
MEKANISME BONUS				
X2	0.024238	0.107932	0.224570	0.8235
TUNNELING INCENTIVE				
E_X3	0.206006	0.498029	0.413642	0.6813
C	0.908116	0.365927	2.481685	0.0174
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.553289	0.5659
Idiosyncratic random			0.484566	0.4341
Weighted Statistics				
R-Squared	0.023439	Mean dependent var	0.398884	
Adjusted R-Squared	-0.049804	S.D. dependent var	0.478260	
S.E. of regression	0.490025	Sum Squared resid	9.604964	
F-statistic	0.320015	Durbin-Watson stat	1.410007	
Prob(F-statistic)	0.810828			
Unweighted Statistics				
R-Squared	-0.017003	Mean dependent var	0.994416	
Sum Squared resid	20.39237	Durbin-Watson stat	0.664124	

Sumber: Output Eviews 9

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari setiap variabel lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Untuk nilai probabilitas dari variabel *Effective Tax Rate* $0,3475 > 0,05$, mekanisme bonus $0,8235 > 0,05$, *Tunneling Incentive* $0,6813 > 0,05$, Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Effective Tax Rate*, mekanisme bonus, dan *Tunneling Incentive* model bersifat homokedastisitas atau asumsi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Dependent Variable: TRANSFER PRICING_Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/21/22 Time: 10:11				
Sample: 2017 2021				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 11				
Total panel (balanced) observations: 55				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.218501	0.100150	2.181739	0.0338
EFFECTIVE TAX RATE_X1	0.067550	0.020340	3.321092	0.0017
MEKANISME BONUS_X2	-0.000667	0.000938	-0.710537	0.4808
TUNNELING INCENTIVE_X3	-0.270026	0.165880	-1.627639	0.1097
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.133774	0.9741	
Idiosyncratic random		0.021813	0.0259	
Weighted Statistics				
R-Squared	0.218580	Mean dependent var	0.008335	
Adjusted R-Squared	0.172614	S.D. dependent var	0.024066	
S.E. of regression	0.021891	Sum Squared resid	0.024439	
F-statistic	4.755274	Durbin-Watson stat	1.564011	
Prob(F-statistic)	0.005336			
Unweighted Statistics				
R-Squared	0.184943	Mean dependent var	0.067101	
Sum Squared resid	0.732757	Durbin-Watson stat	0.052163	

Sumber: Output Eviews 9

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu *Effective Tax Rate*(X1), *Mekanisme Bonus*(X2), *Tunneling Incentive*(X3) terhadap variabel dependen yaitu *Transfer Pricing* (Y). Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T, uji F, dan koefisien determinasi (*R-Square*).

Uji T

Berdasarkan hasil output eviews diatas dapat di simpulkan bahwa:

1. *Effective Tax Rate* dengan nilai Coefficient 0,067550 dan nilai probabilitas 0,0017 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka ($0,0017 < 0,05$) sehingga *Effective Tax Rate* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
2. *Mekanisme Bonus* dengan nilai Coefficient -0,000667 dan nilai probabilitas 0,4808 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka ($0,4808 > 0,05$) sehingga mekanisme bonus berpengaruh Negatif tetapi Tidak Signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
3. *Tunneling Incentive* dengan nilai Coefficient -0,270026 dan nilai probabilitas 0,1097 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka ($0,1097 > 0,05$) sehingga *Tunneling Incentive* berpengaruh Negatif tetapi Tidak Signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Uji F

Berdasarkan hasil output eviews diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *probability* 0,005336. Nilai signifikan $0,005336 < 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel ($4,755274 > 2,775762$) menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing* ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan hipotesis yang diajukan menerima H_{a4} (menolak H_{04}) yang artinya secara statistik menunjukkan semua variabel bebas (*Effective Tax*

Rate, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive*) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil output eviews diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R-Squared*) sebesar 0,172614. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas yaitu *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* mampu menjelaskan variasi variabel *Transfer Pricing* sebesar 17,26% sedangkan sisanya 82,74% dijelaskan variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pad abab sebelumnya maka dapat disimpulkann bahwa hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Effective Tax Rate* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini menunjukan bahwa nilai *Effective Tax Rate* yang tinggi membuat perusahaan cenderung untuk melakukan penghindaran pajak dengan melakukan harga transfer, bahwa semakin meningkatnya beban pajak pada suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan cenderung akan melakukan *Transfer Pricing* dengan kondisi dimana perusahaan meminimalkan beban pajak yang ditanggungnya dan memaksimalkan laba yang diperoleh. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *Effective Tax Rate* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
2. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Mekanisme Bonus secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dikarenakan bertambahnya mekanisme bonus akan menurunkan pelaksanaan *Transfer Pricing* karena mekanisme bonus merupakan beban perusahaan terhadap *incentive* kepada pengelola usaha yang dapat mengurangi laba usaha sehigga pelaksanaan *Transfer Pricing* tidak lagi dibutuhkan. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
3. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Tunneling Incentive* secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini menunjukan bahwa bertambahnya nilai *Tunneling Incentive* akan berdampak pada penurunan pelaksanaan *Transfer Pricing* karena *incentive* yang diberikan kepada pemegang saham dapat mengurangi tingkat kecukupan dana usaha sehingga tidak diperlukan lagi pelaksanaan *Transfer Pricing*. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Saran

Peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait *Transfer Pricing* diharapkan dapat menambah variabel lain selain yang digunakan dalam peneliti seperti *debt covenant*, kepemilikan asing, *Good Corporate Governance* (GCG) dan variabel lain yang berkaitan sehingga dapat memengaruhi adanya transaksi *Transfer Pricing*. Peneliti selanjutnya juga dapat memperpanjang waktu penelitian agar hasil yang didapat lebih up to date serta diharapkan menggunakan sampel selain perusahaan manufaktur. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar transaksi *Transfer Pricing* yang terdapat pada perusahaan selain dari perusahaan manufaktur.

Implikasi Manajerial

Hasil temuan penelitian ini dapat memberikan Implikasi penting dalam pengembangan *Agency Theory* dan *Signalling Theory*.

Effective Tax Rate berdasarkan temuan empiris berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing* temuan ini membuktikan bahwa *Effective Tax Rate* memberikan kontribusi terhadap *Transfer Pricing* menandakan bahwa semakin meningkatnya pajak pada suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan cenderung melakukan *Transfer Pricing* begitupun sebaliknya, perusahaan membuat kebijakan terkait keputusan *Effective Tax Rate* agar *cash flow* pada perusahaan lebih optimal, sehingga temuan ini memiliki kontribusi bagi pengembangan *Agency Theory* dan *Signalling Theory*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ayu, R. C., Istianingsih. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Cumulative Abnormal Return (Car) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2011). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 11, No.2.
- [2] Chalimatussa'diyah, N. (2020). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015- 2018*. 69–72.
- [3] Eprianto, I., Feni, D., Hadita. (2022). Efek Dividen Policy terhadap Firm Value (Studi Empiris pada Bank Publik di Indonesia). Vol. 10 No (02).
- [4] Handayani, D., & Arfan, T. (2014). Pengaruh Transaksi Perusahaan Afiliasi Terhadap Tarif Pajak Efektif. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 7, 11–19.
- [5] Hartati, W., Desmiyawati, & Azlina, N. (2014). *Analisis Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing*.
- [6] Hargiyanti D, Herianti E, Marundha A. (2022). Determinant Taxpayers' Compliance among Micro, Small, and Medium Scale Enterprises in Jakarta, Indonesia. <https://journals.researchsynergypress.com/index.php/jgrcs/index> Journal of Governance Risk Management Compliance and Sustainability (JGRCS) Volume 2Number 1 (2022): 10-24.
- [7] Ikhsan, A., & Suprasto, H. B. (2008). *Teori Akuntansi dan Riset Multiparadigma*.
- [8] Irpan. (2010). Analisis Pengaruh Skema Bonus Direksi, jenis Usaha, ProfitabilitasPerusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Management: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur dan Keuangan yang Listing Di BEI Paada Tahun 2008– 2010.
- [9] Jama'an. (2008). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Dan Kualitas Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Informasi Laporan Keuangan (Studi Kasus Perusahaan Publik yang Listing di BEJ)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- [10] Johnson, S., Porta, L. R., Lopez-De-Silanes, F., & Shleifer, A. (2000). *Tunneling*.
- [11] Kuntadi, C., Arista, D. (2022). Pengaruh Karakter Pengetahuan Dan Pemahaman Terhadap Kecurangan Dalam Laporan Keuangan. *Journal of Comprehensive Science* Vol. 1 No. 4.
- [12] Lubis, Bukit, & Sari, L. (2013). Pengaruh Pengeluaran Modal, Penelitian Dan Pengembangan, Transaksi Pihak Hubungan Istimewa Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 6(1), 1–13.

- [13] Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art6>
- [14] Mispiananti. (2015). *Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*. 16(1), 62–73.
- [15] Noviasatika, F. D., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1).
- [16] Online Pajak. (2018). *UU No 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan*. Online Pajak.
- [17] Pramana, A. H. (2014). *Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing*.
- [18] Primadhya, S. (2017). *Transfer Pricing Sunat Pajak, Dokumen Perusahaan Diperketat*. CNN Indonesia.
- [19] Purwanti, L. (2010). Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2).
- [20] 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. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 16(1), 47–56.
- [21] Rachmat, R. A. H. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 21–30.
- [22] Refgia, T. (2017). 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). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 543–555.
- [23] Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant, dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Transaksi Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015)*.
- [24] Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- [25] Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). Dampak Effective Tax Rate (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 215–228.
- [26] Simamora, H. (1999). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat.
- [27] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- [28] Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Belajar Press.
- [29] Suryatiningsih, Neneng Siregar, S. V. (2009). Pengaruh Skema Bonus Direksi Terhadap Aktivitas Manajemen Laba: Studi Empiris Pada BUMN Periode Tahun 2003- 2006. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 1*.

- [30] Tampubolon, K., & Al Farizi, Z. (2018). *Transfer Pricing & Cara Membuat TP Doc*. CV Budi Utama.
- [31] Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2016). Pajak, Tunneling incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer pricing. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 157–168.
- [32] Wastam, W.H., Widi, W., & Devi, H. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)* Vol.15, No.1
- [33] Wolk, H. I., Tearney, M. G., & Dodd, J. L. (2000). *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach* (5th ed.). South-Western College Publishing.
- [34] www.ortax.org. (n.d.). www.ortax.org. Ortax.Org.
- [35] Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). *Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. *Simposium Nasional Akuntansi XV*.