

**PENGARUH *LEVERAGE*, *TUNNELING INCENTIVE* DAN  
*INTANGIBEL ASSETS* TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER  
PRICING***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* Yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**HILDA SELISTIAWATI**

**20180100105**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**



**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2022**

**PENGARUH *LEVERAGE*, *TUNNELING INCENTIVE* DAN  
*INTANGIBEL ASSETS* TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER*  
*PRICING***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* Yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis  
Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Oleh :**

**HILDA SELISTIAWATI**

**20180100105**



**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2022**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Hilda Selistiawati  
NIM : 20180100105  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage*, *Tunneling Incentive*, dan *Intangibel Assets* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020).

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan skripsi.

Tangerang, 28 Januari 2022

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

**Farid Addy Sumantri, S.E., M.M., M.Si., Ak.**  
NIDN : 0421046601

**Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.**  
NIDN :0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage, Tunneling Incentive, dan Intangibel Assets* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020).

Disusun oleh,  
Nama Mahasiswa : Hilda Selistiawati  
NIM : 20180100105  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak)**.

Tangerang, 28 Januari 2022

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

**Farid Addy Sumantri, S.E., M.M., M.Si., Ak.**

NIDN : 0421046601

**Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.**

NIDN :0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Farid Addy Sumantri, S.E., M.M., M.Si., Ak.  
Kedudukan : Pembimbing  
Menyatakan bahwa,  
Nama Mahasiswa : Hilda Selistiawati  
NIM : 20180100105  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage, Tunneling Incentive, dan Intangibel Assets* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor *Food and Baverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020).

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Tangerang, 28 Januari 2022

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

**Farid Addy Sumantri, S.E., M.M., M.Si., Ak.**

NIDN : 0421046601

**Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.**

NIDN :0401016810

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Hilda Selistiawati  
NIM : 20180100105  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage, Tunneling Incentive* dan *Intangibel Assets* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** dalam Yudisium oleh Tim Penguji pada hari Jumat, tanggal 11 Februari 2022.

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Ketua Penguji : **Sabam Simbolon, S.E., M.M.**  
NIDN : 0407025901

\_\_\_\_\_

Penguji I : **Sutandi, S.E., M.Akt**  
NIDN : 0424067806

\_\_\_\_\_

Penguji II : **Pujiarti, S.E., M.M.**  
NIDN : 0419096601

\_\_\_\_\_

Dekan Fakultas Bisnis,

**Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.**  
NIDN : 0427047303

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Hilda Selistiawati  
NIM : 20180100105  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Leverage, Tunneling Incentive* dan *Intangibel Assets* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**SANGAT MEMUASKAN**” oleh Tim Penguji pada hari Jumat, tanggal 11 Februari 2022.

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Ketua Penguji : **Sabam Simbolon, S.E., M.M.**  
NIDN : 0407025901

\_\_\_\_\_

Penguji I : **Sutandi, S.E., M.Akt**  
NIDN : 0424067806

\_\_\_\_\_

Penguji II : **Pujiarti, S.E., M.M.**  
NIDN : 0419096601

\_\_\_\_\_

Dekan Fakultas Bisnis,

**Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.**  
NIDN : 0427047303



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**  
**TANGERANG**  
**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dibuat oleh,

NIM                                20180100105  
Nama                                : Hilda Selistiawati  
Jenjang Studi                    : Srata 1  
Jurusan                            : Akuntansi  
Konsentrasi                      : Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “Pengaruh *Leverage, Tunneling Incentive*, dan *Intangibel Assets* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)”.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Februari 2022

Penulis

(Hilda Selistiawati)



## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat pemalsuan atau kebohongan, seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, pengolahan data, dan pemalsuan tandatangan dosen atau Ketua Jurusan atau Dekan Fakultas Bisnis atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang telah dibuktikan dengan Keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 28 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,

Hilda Selistiawati

NIM: 20180100105

**PENGARUH *LEVERAGE*, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN *INTANGIBEL ASSETS* TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Leverage*, *Tunneling incentive*, dan *Intangibel assets* terhadap keputusan *Transfer pricing*. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang telah sahkan oleh perusahaan tertentu yaitu pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 8 perusahaan dengan menggunakan periode selama 5 tahun periode pengamatan berturut-turut sehingga total sampel sebanyak 40. Data penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 dengan uji statistik deskriptif, uji Aaumsi klasik, dan Uji hipotesis.

Hasil analisis asumsi klasik pada regresi linier berganda yang dilakukan menunjukkan bahwa pada variabel *Leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* dengan nilai signifikansi sebesar 0,054 yang signifikan, dan sedangkan variable *Tunneling Incentive* tidak memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 0,144 dan untuk variable *Intangibel Assets* tidak memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 0,170 sehingga tidak dapat berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* dan *Intangibel Assets* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* dan untuk *Leverage* memiliki pengaruh untuk keputusan *Transfer Pricing*.

**Kata kunci :** *Leverage, Tunneling Incentive, Intangibel Assets, Transfer Pricing*

***THE EFFECT OF LEVERAGE, TUNNELING INCENTIVE, AND Intangible Assets ON TRANSFER PRICING DECISIONS (Empirical Study on Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016 – 2020)***

**ABSTRACT**

*This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of leverage, tunneling incentives, and intangible assets on transfer pricing decisions. The population in this study is the financial statements that have been validated by certain companies, namely the Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020.*

*Determination of the sample was carried out using purposive sampling with a sample of 8 companies using a period of 5 consecutive years of observation so that the total sample was 40. The data for this study used SPSS version 26 with descriptive statistical tests, classical assumptions test, and hypothesis testing.*

*The results of the classical assumption analysis on the multiple linear regression performed show that the Leverage variable has a significant influence on the Transfer Pricing decision with a significant value of 0.054, while the Tunneling Incentive variable does not have a significant effect of 0.144 and the Intangible Assets variable has no effect. which is significant at 0.170 so it cannot affect the Transfer Pricing decision.*

*The results show that Tunneling Incentive and Intangible Assets have no significant effect on Transfer Pricing decisions and for Leverage have an influence on Transfer Pricing decisions.*

*Keywords : Leverage, Tunneling Incentive, Intangibel Assets, Transfer Pricing*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.

Skripsi ini mengambil judul “Pengaruh *Leverage*, *Tunneling Incentive*, dan *Intangibel Assets* Terhadap *Keputusan Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020).

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suryadi Winata, S.E., M.M., M.Si., Ak., CA Selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt Selaku Ketua Jurusan Akuntansi (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang
4. Farid Addy Sumantri, S.E., M.M., M.Si., Ak Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga untuk masukan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan bekal pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti.
6. Seluruh Staff Perpustakaan Universitas Buddhi Dharma yang telah membantu dalam mencari sumber-sumber referensi penelitian.
7. Mama, Adik dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Untuk Sahabat-Sahabat penulis, yaitu Fanny Thalia, Bella Tamala, Angga dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, selalu memberikan bantuan, dukungan, dan juga semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Untuk Teman satu kantor penulis, dan teman-teman lainnya yang selalu memberikan penulis motivasi dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Idx dan Google sebagai sumber informasi dalam penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagaimana mestinya. Demikian yang dapat peneliti sampaikan.

Tangerang, 28 Januari 2022

Penulis

Hilda Selistiawati

## DAFTAR ISI

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

SURAT PERNYATAAN

ABSTRAK.....i

KATA PENGANTAR .....iii

DAFTAR ISI .....v

DAFTAR GAMBAR .....ix

DAFTAR TABEL .....x

DAFTAR LAMPIRAN.....xi

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

A. Latar Belakang ..... 1

B. Identifikasi Masalah ..... 11

C. Rumusan Masalah..... 12

D. Tujuan Penelitian ..... 12

E. Manfaat Penelitian ..... 13

F. Sistematika Penulisan Skripsi ..... 14

**BAB II LANDASAN TEORI.....17**



A. Gambaran Umum Teori .....	17
1. Teori Agensi ( <i>Agency Theory</i> ).....	17
2. Teori Biaya Politik ( <i>Political Cost Theory</i> ) .....	20
3. <i>Transfer Pricing</i> .....	22
4. <i>Leverage</i> .....	34
5. <i>Tunneling Incentive</i> .....	38
6. <i>Intangibel Assets</i> .....	40
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	43
C. Kerangka Pemikiran .....	58
D. Perumusan Hipotesa .....	59
1. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> .....	59
2. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> .....	60
3. Pengaruh <i>Intangibel Assets</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> .....	61
4. Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Intangibel Assets</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>64</b>
A. Jenis Penelitian.....	64
B. Objek Penelitian .....	64
C. Jenis dan Sumber Data .....	65
D. Populasi dan Sampel.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	68
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	69
1. Varaiabel Independen.....	69
2. Varaiabel Dependen .....	71
G. Teknik Analisis Data.....	72



1. Pengujian Analisis Statistik Deskriptif.....	72
2. Analisis Asumsi Klasik .....	72
3. Pengujian Hipotesa.....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>78</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	78
1. <i>Transfer Pricing</i> .....	80
2. <i>Leverage</i> .....	83
3. <i>Tunneling Incentive</i> .....	84
4. <i>Intangibel Assets</i> .....	85
B. Analisis Data Penelitian.....	87
1. Hasil Analisis Deskriptif .....	87
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
a. Hasil Uji Normalitas .....	90
b. Hasil Uji Multikolinieritas .....	92
c. Hasil Uji Autokolerasi .....	94
d. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	96
3. Hasil Uji Hipotesis .....	97
a. Uji Analisi Regresi Linier Berganda.....	97
b. Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R2</i> ).....	98
c. Uji Silmultan (F).....	100
d. Uji Parsial (T) .....	101
C. Pembahasan.....	102
1. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .....	102
2. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .....	103
3. Pengaruh <i>Intangibel Assets</i> terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> ....	103

**BAB V PENUTUP ..... 105**

A. Kesimpulan ..... 105

B. Implikasi ..... 106

1. Implikasi Teoritis ..... 106

2. Implikasi Manajerial ..... 107

3. Implikasi Metodologi ..... 107

C. Keterbatasan Penelitian ..... 107

D. Saran ..... 108

**DAFTAR PUSTAKA**

**RIWAYAT HIDUP**

**SURAT KETERANGAN RISET**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran ..... 58

Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 97

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pertumbuhan Target Penerimaan .....	3
Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel III.1 Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	71
Tabel IV.1 Proses Pemilihan Sampel .....	78
Tabel IV.2 Daftar Sampel.....	80
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan <i>Transfer Pricing</i> .....	81
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan <i>Leverage</i> .....	84
Tabel IV.5 Hasil Perhitungan <i>Tunneling Incentive</i> .....	85
Tabel IV.6 Hasil Perhitungan <i>Intangibel Assets</i> .....	86
Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	88
Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas.....	91
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	93
Tabel IV.10 Hasil Uji Autokolerasi.....	95
Tabel IV.11 Uji Analisis Linier Berganda.....	98
Tabel IV.12 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R2</i> ).....	99
Tabel IV.13 Uji Silmultan (F) .....	100
Tabel IV.14 Uji Parsial (T).....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Perhitungan Variabel *Transfer Pricing* tahun 2016-2020

Lampiran 2 : Hasil Perhitungan Variabel *Leverage* tahun 2016-2020

Lampiran 3 : Hasil Perhitungan Variabel *Tunneling Incentive* tahun 2016-2020

Lampiran 4 : Hasil Perhitungan Variabel *Intangibel Assets* tahun 2016-2020

Lampiran 5 : Hasil Uji Olah SPSS Versi 26 For Windows

Lampiran 6 : Contoh Laporan Keuangan Perusahaan Sampel



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam melaksanakan operasi bisnisnya, perusahaan tidak terlepas dari pembelian maupun penjualan dengan pihak-pihak berelasi (Helena & Firmansyah, 2018). Pengaruh *globalisasi* terhadap perekonomian dunia telah berkembang pesat tanpa mengenal negara. Dalam rangka memperkuat basis perusahaannya secara *global*, banyak pula perusahaan mendirikan cabang perusahaan dengan tujuan untuk dapat memperkuat basis perusahaan dan menambah pangsa *ekspor impor* produk kepada berbagai negara. Dalam perusahaan *food and baverage* yang terjadi diberbagai transaksi *food and baverage* antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan barang atau jasa. Pajak merupakan asal penerimaan terbesar pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Hal ini sejalan menggunakan adanya fungsi primer yang diinginkan pada peraturan perpajakan yaitu fungsi anggaran (*budget*).

Pemerintah Indonesia dari tahun ke tahun akan semakin gencar dalam melakukan pengoptimalisasi pajak. Hal sebelumnya dimaksudkan dengan mempertinggi pendapatan primer negara sebagai akibatnya bisa membiayai pembangunan negara. Pemerintah terus berusaha untuk memperbaiki sistem perpajakan supaya lebih *optimal* pada rangka mempertinggi penerimaan pajak negara. Salah satunya menggunakan pemerintah beberapa kali

melakukan reformasi perpajakan. Berdasarkan UU RI No.36 tahun 2008, pemerintah tetapkan penghasilan kena pajak harus pajak badan pada negeri dan bentuk bisnis permanen dikenakan tarif sebanyak 28% mulai diterapkan pada tanggal 1 Januari 2009, lalu tarif ini turun sebagai 25% mulai 1 Januari 2010. Penurunan tarif pajak badan berbentuk perusahaan terbuka mulai tahun 2020 mengalami penurunan tarif dari 25% menjadi 22% mulai diterapkan pada tanggal 19 juni 2020. Penurunn tarif pajak merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan pemerintah menggunakan upaya para pelaku bisnis bisa patuh pada membayar pajaknya. Tetapi bisnis optimalisasi penerimaan pajak dalam pemerintah ini mempunyai beberapa hambatan.

Salah satu hambatan *optimalisasi* penerimaan pajak. Perusahaan sebagai pelaku usaha menjadi wajib pajak badan memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Indonesia menjadi negara yang memiliki perusahaan yang telah berjaya ditingkat *nasional* hingga manca negara bisa menambah asal penerimaan negara. Semakin besar keuntungan yang didapatkan sang perusahaan, semakin besar juga pajak yang dibayarkan. Hal ini akan menguntungkan negara, namun tidak *sinkron* bagi perusahaan yang berorientasi keuntungan, pajak dipercaya menjadi beban yang bisa mengurangi keuntungan perusahaan. Membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga Negara Indonesia baik peresorangan maupun *korporasi*, keberadaan pajak memang dianggap beban oleh wajib pajak karena dapat mengurangi penghasilannya (Rachdianti, 2016). Pajak yang diterima oleh Negara digunakan untuk kepentingan wajib pajak itu sendiri, baik dalam

bentuk pembangunan maupun dalam bentuk penyelenggaraan Negara (Hidayat, 2018). Seiring dengan meningkatnya suatu kebutuhan yang digunakan untuk pembangunan dan penyelenggaraan Negara, maka target penerimaan pajak harus ditingkatkan. Data peningkatan target pajak dapat dilihat pada tabel 1.1.

TAHUN	TARGET PENERIMAAN (TRILIUN RUPIAH)	PERTUMBUHAN PERPAJAKAN (%)
2017	1.472,70	14,6
2018	1.618,10	10
2019	1.786,40	10,4
2020	1.642	23

Sumber : Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019

Dapat dilihat pada tabel pertumbuhan target penerimaan pajak diatas, pajak yang diharapkan meningkat tiap tahun tidak sejalan dengan pertumbuhan perpajakan yang mengalami *fluktuasi*. Pada tahun 2017 pertumbuhan pajak sebesar 14,6% ditahun 2018 mengalami penurunan sebesar 10% dan mengalami peningkatan sedikit pada tahun 2019 sebesar 10,4%, pada tahun 2020 mengalami peningkatan yang sangat pesat dengan *presentase* yaitu sebesar 23%, Salah satu upaya pemerintah menangani dan memenuhi target penerimaan pajak dengan menekan terjadinya penghindaran pajak, salah satu penghindaran pajak adalah *transfer pricing*.

Adanya transaksi barang maupun jasa yang terjadi antar wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa menjadi penyebab utama timbulnya praktek *transfer pricing*. Transaksi pihak hubungan istimewa adalah transaksi



antara 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. Berbagai bentuk transaksi hubungan istimewa terlihat upaya pengalihan sumber daya dan penghindaran pajak antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, atau *transfer pricing*. *Transfer pricing* memberikan perusahaan yang mempunyai anak perusahaan alat untuk mengalokasikan pendapatan di seluruh entitas berafiliasi dalam yurisdiksi pajak yang berbeda.

Pajak merupakan salah satu faktor yang mendasari keputusan atas kebijakan *transfer pricing* perusahaan. Dalam penggunaan kebijakan *transfer pricing* saat ini bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana kebijakan transfer pricing digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan yang mempunyai anak perusahaan atau perusahaan berskala *global*. Negara-negara dengan perusahaan yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya praktik *transfer pricing* menyebabkan pendapatan dari negara berkembang pada *sektor* perpajakan berkurang, sedangkan setor perpajakan merupakan sumber terbesar dari pendapatan negara. Di sejumlah negara berkembang *sektor* pajak dapat memberikan lebih dari 80% dari total penerimaan suatu negara. Menurut Direktur *Center For Indonesian Taxation*, Pratowo (2018) mengatakan bahwa dengan adanya

praktik *transfer pricing* mengakibatkan Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak hingga 100 triliun setiap tahun.

Di Indonesia, praktik *transfer pricing* sendiri sudah cukup banyak terjadi. Salah satunya adalah PT Adaro sejak 2017-2020 melalui salah satu anak perusahaannya di Singapura yaitu *Coaltrade Services International* telah mengatur sedemikian rupa sehingga mereka bisa membayar pajak US\$ 125 juta dolar lebih rendah daripada yang seharusnya di bayarkan di Indonesia. Menurut Stuart Mc William, Kepala Global Witness mengatakan bahwa dengan memindahkan sejumlah besar uang melalui suaka pajak, Adaro berhasil mengurangi tagihan pajaknya di Indonesia yang berarti mengurangi pemasukan bagi pemerintah Indonesia sebesar hampir US\$ 14 juta setiap tahunnya yang sekiranya bisa digunakan untuk kepentingan umum.

Fenomena selanjutnya terjadi pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia yang diungkapkan oleh media Tempo melalui Direktorat Jenderal Pajak yang menyebutkan bahwa PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia telah melakukan penghindaran pembayaran pajak senilai Rp 1,2 Triliun dengan memanfaatkan praktik *transfer pricing*. Perusahaan ini memanfaatkan skema jual beli dengan perusahaan *afiliasi* yaitu Toyota Asia Pasifik Singapura dengan harga yang rendah, kemudian pihak Toyota Asia Pasifik Singapura menjual produk mereka dengan *profit* yang tinggi. Perusahaan memanfaatkan pajak PPh Badan yang lebih rendah di negara Singapura yaitu dengan tarif 17% sedangkan Indonesia memiliki tarif 25%. Perusahaan yang melakukan pembiayaan dengan hutang maka akan timbul

adanya biaya bunga yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Dimana semakin besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar pula biaya bunga yang akan harus ditanggung oleh suatu perusahaan. Biaya bunga yang besar akan mengakibatkan laba dari suatu perusahaan mengalami menurun serta akan memberikan pengaruh terhadap menurunnya beban pajak yang akan ditanggung oleh suatu perusahaan *investigasi.tempo.co, 2017*.

Bahwa hasil pengetahuan yang peneliti ketahui ada banyak factor yang menjadi pendukung terjadinya pengambilan keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*, faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan *transfer pricing* yaitu faktor pertama *pengaruh leverage*, faktor kedua *tunneling incentive*, dan faktor ke tiga yaitu *intangibel assets*. peneliti akan membahas Faktor yang pertama yang akan mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan *transfer pricing* yaitu adalah pengaruh *leverage*, merupakan rasio *solvabilitas* yaitu rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan itu dilikuidasi. Rasio *leverage* menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Menurut Raharja, (2017) "*leverage* menunjukkan seberapa besar asset perusahaan yang dibiayai oleh hutang dan merupakan indikasi dari tingkat keamanan kepada para pemberi pinjaman/kreditur. "Penggunaan hutang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk

dalam kategori *extreme leverage* (hutang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Brigham & Houston, (2017) menjelaskan bahwa terdapat dua alasan dibalik dampak *leverage*: (1) Karena bunga dapat menjadi pengurang pajak, penggunaan hutang akan mengurangi kewajiban pajak dan menyisakan *presentase* laba operasi yang lebih besar bagi *investor* perusahaan. (2) Jika laba operasi sebagai *presentase* terhadap aset melebihi tingkat bunga atas hutang seperti yang umumnya diharapkan, maka perusahaan dapat menggunakan hutang membeli *aset*, membayar bunga atas hutang, dan masih mendapatkan sisanya sebagai bonus bagi para pemegang saham.

Faktor kedua yang menyebabkan perusahaan melakukan pengambilan keputusan *transfer pricing* yaitu adalah *tunneling incentive*. *Tunneling* merupakan pentransferan sumberdaya keluar perusahaan untuk keuntungan pemegang saham pengendali Johnson *et al.*, (2000) dalam Miner (2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et al.*, (2015) dalam Miner (2021) mengemukakan bahwa *tunneling incentive* merupakan suatu perilaku pemegang saham mayoritas yang mentransfer *aset* dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, akan tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan. Pemindahan sumber daya dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan melalui *transfer pricing*, penjualan *aset*, dan pemberian pinjaman. ada beberapa langkah yang bisa ditempuh *majority shareholder* untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui kontrol kebijakan operasi

perusahaan seperti *dividen*, bonus, gaji, dan tunjangan dan langkah untuk mendapat keuntungan pribadi melalui kebijakan *kontraktual* antara lain dengan *tunneling*. *Tunneling* adalah tindakan *majority shareholder* yang mengalihkan *aset* dan *profit* perusahaan untuk memperoleh manfaat *privat*, namun bebannya juga ikut ditanggung oleh *minority shareholder* (Mutamimah, 2019).

Dimana kepemilikan saham yang besar oleh pemegang saham pengendali asing akan cenderung pula memperbesar pengaruh dari pemegang saham pengendali asing dalam memutuskan kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transfer. Hal ini karena perusahaan yang kepemilikannya terfokuskan pada pemegang saham *mayoritas* (pengendali) asing akan cenderung melakukan *tunneling* baik dengan menjual kepada perusahaan dalam kategori yang masih di bawah kendali mereka atau dengan tidak membayar *dividen* kepada pemegang saham *minoritas* (non pengendali), dan *tunneling* dapat dilakukan dengan melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan dengan pemegang saham *mayoritas* yang dilakukan dengan menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan *dividen*, dan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi *kualifikasi*.

Faktor ketiga yang menyebabkan perusahaan melakukan pengambilan keputusan *transfer pricing* yaitu adalah *intangibel assets*, menurut PSAK 19 ialah *aset nonmoneter* yang teridentifikasi tanpa wujud fisik. *Intangible assets* sulit untuk dinilai, sehingga transfer pembayaran (*royalti*) juga sulit dinilai

berdasarkan harga wajar. Aktivitas *transfer pricing* perusahaan yang memiliki anak perusahaan berhubungan dengan transfer dari kedua barang berwujud maupun tak berwujud, hal tersebut harus berdasarkan pada prinsip ketentuan harga pasar wajar. Semua transaksi yang melibatkan transfer aset tak berwujud antar divisi dalam suatu perusahaan harus dinilai sesuai dengan harga yang akan digunakan perusahaan yang memiliki anak perusahaan ketika berhadapan dengan perusahaan *independen* eksternal. Dalam PSAK 19 *Intangible assets* didefinisikan sebagai suatu *aktiva* yang pada umumnya memiliki masa manfaat yang panjang dan tidak mempunyai bentuk fisik serta memiliki kegunaan dalam kegiatan operasi perusahaan (Anisyah, 2018).

*Intangible assets* memiliki karakteristik tertentu seperti kurangnya pasar yang mapan dan penilaian *subyektif* sehingga meningkatkan peluang *transfer intangible assets* antar-perusahaan di yurisdiksi perpajakan berbeda dengan mekanisme *transfer pricing* (Richardson *et al.*, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan Jafri dan Mustikasari, (2018) menemukan tidak terdapat pengaruh *intangible assets* terhadap keputusan *transfer pricing*. Nilai *intangible assets* yang besar tidak mendorong perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*. *Intangible assets* difungsikan sebagai informasi tambahan untuk meminimalkan kesenjangan informasi antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham non pengendali. Berbeda dengan hasil penelitian di atas, Fadhilah (2018) menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan *intangible assets* terhadap keputusan *transfer pricing*. Nilai *intangible assets* berbanding lurus dengan keputusan *transfer pricing*.



Dikarenakan belum tersedianya aturan yang baku, perkara pemeriksaan transaksi *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan yang memiliki anak perusahaan semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang *intens* dan berkelanjutan mengenai *transfer pricing* akan sangat membantu otoritas perpajakan dalam menyusun praturan yang mampu mengontrol aktivitas *transfer pricing* di kalangan perusahaan yang memiliki anak perusahaan dengan memiliki hubungan istimewa, sehingga penerimaan pajak negara menjadi maksimal (Tiwa dkk, 2017).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, dan *intangibile asset*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, *intangibile asset* terhadap keputusan *transfer pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

Hal tersebut karena praktek harga transfer ini hanya terjadi pada perusahaan *Food and Beverage* diberbagai negara yang sebenarnya hanya bertujuan untuk penghindaran pajak negara yang ditetapkan oleh masing-masing negara. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

- (1) Adanya penambahan variabel independen yaitu *intangibile asset* dalam penelitian karena dianggap *intangibile asset* masih dijadikan media dalam



melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan praktik *transfer pricing*, (2) Perbedaan lainnya adalah dalam penelitian sebelumnya menggunakan data perusahaan dari tahun 2014-2018, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data tahun 2016-2020. (3) Adanya perbedaan hasil penelitian dari hasil penelitian terdahulu dengan mengamati perbedaan dalam variable yang berbeda maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut Pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, *intangible asset* terhadap keputusan *transfer pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Tahun 2016 – 2020)”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Besarnya tarif pajak yang harus dibayar dapat memungkinkan perusahaan dalam meminimalkan jumlah pajak.
2. *Leverage* dapat membawa pengaruh bagi Perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.
3. *Tunneling Incentive* dapat membawa pengaruh bagi Perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.
4. *Intangible assets* dapat membawa pengaruh bagi Perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.
5. Melakukan *transfer pricing* dapat membawa pengaruh yang besar bagi Perusahaan.

6. Pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, dan *Intangible assets* dapat membawa pengaruh simultan terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*.

### C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini bermaksud menguji pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, dan *intangible assets* terhadap *transfer pricing*, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
3. Apakah *intangible assets* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
4. Apakah *leverage*, *tunneling incentive*, dan *intangible assets* secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan apakah *leverage* berpengaruh terhadap keputusan

*transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

2. Untuk membuktikan apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
3. Untuk menguji apakah *intangible assets* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
4. Untuk menguji apakah *leverage*, *tunneling incentive*, dan *intangible assets* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian dan memperluas literatur dalam penulisan skripsi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan dan wawasan

serta pengetahuan terhadap pelaksanaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*, serta bermanfaat sebagai informasi mengenai penerapan *transfer pricing*.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pengaruh *Leverage*, *Tunneling incentive*, *Intangible assets*, terhadap keputusan *transfer pricing*, Sehingga dapat membantu suatu pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan *leverage*, *tunneling incentive*, *Intangible assets*, terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga dapat meminimalisir kecurangan maupun penyelewengan terhadap kebijakan *transfer pricing* di dalam perseroan terbatas.

## F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun kedalam bab yang teratur yang memiliki tujuan masing-masing pada bab tersebut. Hal ini ditujukan untuk mempermudah pemahaman atas isi penelitian ini. Sistematika penelitian ini dapat sebagai berikut:

## **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

## **BAB II            LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas landasan teori-teori yang relevan dan mendukung penyusunan kerangka teori. Pada bab ini memuat pembahasan mengenai gambaran umum teori *Pengaruh Leverage, Tunneling Incentive, Intangible Assets terhadap Keputusan Transfer Pricing* terkait variabel independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesa.

## **BAB III           METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, yang meliputi jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi data hasil penelitian, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan mengenai pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, dan *intangible assets* memiliki pengaruh terhadap Keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menyajikan secara singkat mengenai hasil yang telah diperoleh penelitian yang telah dilaksanakan, menjawab permasalahan penelitian, menyampaikan keterbatasan dalam penelitian, menjelaskan implikasi penelitian serta berikan saran yang mengacu pada kelemahan yang berguna untuk pemecah masalah atas penelitian-penelitian yang akan dilakukan berikutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Gambaran Umum Teori

##### 1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

*Agency theory* yaitu teori yang menjelaskan bahwa perusahaan adalah tempat atau *intersection point* bagi hubungan kontrak yang terjadi antara manajemen, pemilik, kreditur, dan juga pemerintah. Teori ini menjelaskan tentang monitoring dengan berbagai macam biaya dan memaksakan hubungan diantara berbagai kelompok. Teori agensi ini adalah salah satu arah yang baru tentang keagenan. *Korporasi* adalah tempat atau titik persimpangan dari banyak hubungan jenis sesuai kontrak yang ada antar manajemen, pemilik, kreditur, dan pemerintah. Teori keagenan yang mulai berkembang mengacu kepada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan para pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan ini dilakukan oleh manajemen yang disebut dengan agen. Ketidak mampuan atau keengganan manajer untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham menimbulkan apa yang disebut masalah keagenan.

Salah satu *hipotesis* dalam teori agensi ini adalah bahwa manajemen akan mencoba lebih dalam memaksimalkan kesejahteraannya sendiri dengan cara meminimalisir berbagai biaya *agency*. Hal ini tidak sama



artinya dengan hal yang menyebutkan bahwa manajemen mencoba memaksimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). Oleh karena itu, manajemen diasumsikan akan memilih prinsip akuntansi yang sesuai dengan tujuannya memaksimalkan kepentingannya. Pendekatan dalam *teori agency* ini bisa *induktif* atau *deduktif* dan dalam menjalankan teori *agency* ini seorang manajemen akan memberikan suatu wewenang atau tugas kepada pemegang saham yaitu dengan pemberian wewenang yang di berikan kepada para pemegang saham tersebut secara tidak langsung membuat agen memiliki kewajiban dalam mempertanggung jawabkan setiap keputusan yang diambilnya terhadap pengguna laporan keuangan baik investor, pemegang saham, *stakeholders* maupun kreditor.

Masalah keagenan dapat terjadi dalam 2 bentuk hubungan, yaitu: 1) antara pemegang saham dan manajer dan, 2) antara pemegang saham *mayoritas* dan pemegang saham *minoritas*. Teori agensi juga menyatakan bahwa terdapat pemisahan fungsi antara *principal* dengan agen. Perusahaan yang dikelola oleh mereka bukan pemilik akan cenderung terdapat perbedaan keinginan, *utilitas*, serta kepentingan antara *principal* dengan agen. Perbedaan ini disebut dengan permasalahan agensi (*agency problem*) yang mengarah pada ketidak seimbangan informasi karena agen biasanya memiliki informasi yang lebih dominan dibandingkan dengan *principal* tentang perusahaan sehingga informasi dominan yang dimilikinya akan mendorong agen untuk menyembunyikan sebagian informasi kepada *principal*. Pada kondisi ini, agar agen bertindak sesuai

dengan keinginan dari *principal*, maka *principal* perlu untuk mengeluarkan biaya-biaya dalam mengawasi dan mengontrol kegiatan dari agen, memberi gaji, dan kompensasi yang sesuai kepada agen serta membuat sistem pengendalian perusahaan agar agen bekerja secara jujur, (Tanisiwa dkk, 2018).

Teori keagenan juga merupakan suatu teori ekonomi yang melatarbelakangi adanya perbedaan konflik kepentingan dalam perusahaan atau organisasi (Lestari dan Wirawati, 2016). Dalam situasi tertentu, baik prinsipal maupun agen akan memaksimalkan kepentingan pribadinya dan tidak ada alasan bagi *prinsipal* untuk percaya bahwa agen akan selalu bertindak sesuai dengan kepentingan *prinsipal* karena kepentingan masing-masing *prinsipal* lebih unggul dari pada kepentingan pemegang saham oleh karena itu kesenjangan antara *prinsipal* dengan pemegang saham akan selalu tidak berjalan dengan selaras dan akan selalu berbeda pemikiran dan arahnya masing-masing yang akan mengakibatkan saling ketidakpercayaan satu sama lainnya. Manajemen selaku agen lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham dan karena manajemen diberikan wewenang untuk mengelola *aktiva* perusahaan sehingga manajemen mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang akan dibayarkan.

Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu akan cenderung fokus pada kepentingan dirinya sendiri sehingga timbulnya

masalah-masalah keagenan dapat terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut dapat merugikan pihak *principal* yang tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan sehingga *principal* hanya memiliki akses informasi yang terbatas. Kewenangan dalam mengelola *aktiva* perusahaan yang diberikan oleh *principal* kepada agen dapat membuat agen mengenyampingkan kepentingan dari pemegang saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar. Maka dari itu, dengan adanya teori agensi ini diharapkan masalah perbedaan kepentingan antara *principal* dan agen dapat dikurangi dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan yang terjadi antara *principal* dan agen, (Cledy dan Amin, 2020).

## **2. Teori Biaya Politik (*Political Cost Theory*)**

Teori biaya politik merupakan teori yang berhubungan dengan kebijakan dimana dalam teori ini dijelaskan bahwa semakin besar *political cost* yang ditanggung perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan manager untuk memilih metode atau prosedur akuntansi yang dapat menagguhkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang akan datang (menurunkan laba yang dilaporkan saat ini). Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi, pemerintah akan cenderung

mengambil tindakan, misalnya: menaikkan pajak pendapatan perusahaan yang harus dibayar kepada negara. Perusahaan yang berukuran besar cenderung menggunakan pilihan akuntansi yang dapat mengurangi laba yang dilaporkan atau membuat pengungkapan lain untuk mengurangi biaya politik. Hipotesis biaya politik memperkenalkan suatu dimensi politik pada pemilihan kebijakan akuntansi.

Hubungan teori biaya politik dengan *transfer pricing* adalah perusahaan-perusahaan yang berukuran besar mungkin akan dikenakan standar kinerja yang lebih tinggi terutama jika perusahaan juga memiliki kemampuan meraih *profit* yang tinggi, maka akan memperbesar biaya politik. Persaingan luar negeri secara tidak langsung mungkin dapat menurunkan *profitabilitas* suatu perusahaan, terkecuali bagi perusahaan yang terkena dampaknya ini bisa mempengaruhi proses politik pada suatu negara. Selain itu, adanya tekanan sosial terutama dari pemerintah yang menuntut perusahaan untuk membayar pajak kepada negara secara tidak langsung akan membuat perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* guna meminimalkan pajak yang dibayarkan. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dengan memperkecil harga jual.

### 3. Transfer Pricing

#### A. Deifinisi

Menurut Suandi (2014) dalam widodo (2017) Pengertian dari transaksi *transfer pricing* dapat digolongkan menjadi 2, yaitu sisi netral dan sisi pejoratif. Dari sisi netral, *transfer pricing* diartikan sebagai strategi, taktik, dan motif yang digunakan untuk mengurangi beban pajak. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atau transaksi barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi *finansial* yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer pricing* juga diartikan sebagai nilai yang melekat pada pengalihan barang maupun jasa dimana terjadi transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa. Sedangkan dari sisi *pejoratif*, *transfer pricing* diartikan sebagai suatu upaya dalam menghemat atau meminimalkan beban pajak dengan cara mengalokasikan laba perusahaan di suatu negara ke perusahaan *relasi* yang berada di negara lain dengan tarif pajak lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan seminimal mungkin. Menurut Dirjen Pajak, *transfer pricing* adalah penentuan harga dari transaksi pengalihan barang berwujud dan tidak berwujud maupun jasa yang dapat ditransfer dari satu divisi ke divisi yang lain dalam satu lingkup perusahaan atau dengan perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.

Dalam teori ekonomi bagian ini, kita akan mendiskusikan teori ekonomi dalam *optimal transfer pricing*, dimana kata yang dimaksud dengan kata optimal disini adalah *transfer pricing* yang mana suatu perusahaan akan memaksimalkan dalam meminimalkan nominal laba yang terjadi disuatu perusahaan dalam dunia pajak agar meminimalkan pembayaran pajak yang akan dibayarkan. Seperti yang telah kita ketahui dari *teori marginal price determination*, pada umumnya *output produksi optimal* didapat pada saat *marginal cost* sama dengan *marginal revenue*. Sehingga dapat dikatakan, bahwa perusahaan seharusnya menambah produksinya sepanjang *marginal revenue* dari tambahan penjualannya lebih besar dari pada *marginal cost*-nya.

sebagaimana disebutkan di atas, bahwa seringkali *transfer pricing* dikonotasikan dengan sesuatu yang tidak baik/salah karena mengalihkan penghasilan kena pajak dengan cara tidak wajar berdalih *transfer pricing*. Untuk menghindarinya, maka sangat penting bagi suatu negara untuk mempunyai kewenangan untuk dapat melakukan koreksi/*adjustment* atas harga yang ditetapkan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. Jika *transfer pricing* dilakukan lintas negara (*cross border*) maka wewenang otoritas pajak untuk melakukan koreksi biasanya tertuang dalam pasal 9 *tax treaty* dengan persyaratan-persyaratan tertentu.

Terkait dengan ketentuan *transfer pricing* di masing-masing negara, pada dasarnya dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok



sebagai berikut: 1) Sedikit negara menerapkan ketentuan *transfer pricing* secara *komprehensif*, ketentuan *transfer pricing* hanya, diterapkan atas transaksi dari kegiatan usaha tertentu saja, 2) Beberapa negara mengikuti ketentuan *transfer pricing* yang terdapat dalam *OECD Guidelines*, 3) Banyak negara belum memiliki ketentuan khusus yang mengatur tentang *transfer pricing* dalam undang-undang *domestik* mereka, tetapi mengacu kepada peraturan tentang anti penghindaran pajak.

### **B. Hubungan Istimewa**

Dalam hubungan istimewa sangat mungkin terjadi transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* adalah istilah yang digunakan untuk menentukan harga berbagai transaksi antara *group korporasional* yang memiliki anak perusahaan. *Transfer pricing* dikategorikan menjadi dua jenis yaitu harga wajar dan harga yang berlaku di pasaran bebas atau bahkan lebih tinggi. Pada Peraturan Direktur Jenderal Pajak nomor PER-32/PJ/2011 pasal 2 ayat 2 juga dijelaskan kelaziman usaha dalam transaksi wajib pajak dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Terdapat transaksi yang bisa dimanfaatkan dari hubungan istimewa ini diantaranya ialah perlakuan pengenaan pajak penjualan atas barang mewah maupun penghasilan *final* atau tidak *final* pada sektor tertentu. Ada pula transaksi yang memanfaatkan perbedaan tarif pajak dari hubungan istimewa oleh wajib pajak *kontraktor* kontrak kerja



sama *migas*. *Transfer pricing* walaupun normal terjadi dalam bisnis namun menjadi masalah bagi pihak perpajakan. *Transfer pricing* menurut Silvain Plasschaert (2018) menyatakan bahwa dalam memotivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* beberapa hal berikut yang dapat mempengaruhi: 1) Pengurangan pada objek pajak yang khususnya pajak penghasilan, 2) Dapat mampu menurunkan pengaruh *depresiasi*, 3) Dapat mampu mempengaruhi pembatasan kepemilikan luar negeri dan menaikkan harga atau proteksi terhadap saingan impor, 4) Memperkecil pada risiko bisnis di luar negeri, 5) Melindungi perusahaan dari tuntutan imbalan maupun kesejahteraan karyawan.

Biarpun begitu tak bisa menutup kemungkinan ada beberapa keuntungan yang bisa diambil dari *transfer pricing* dalam hubungan istimewa ini. Beberapa keunggulan yang dimaksud adalah sebagai berikut : 1) mampu digunakan untuk mengukur hasil operasi setiap unit sehingga dapat dilakukan evaluasi kinerja, 2) *transfer pricing* juga bisa digunakan untuk mengamankan posisi *kompetitif* perusahaan karena adanya pengendalian pasar atas harga, 3) memotivasi manajemen untuk lebih berfokus pada produksi dan laba pada setiap unit dan, 4) pengendalian harga juga mampu menampilkan biaya dan *margin* yang seharusnya diterima dan penetapan harga yang optimal.

Dalam UU PPh menyatakan batasan hubungan istimewa dalam pasal 18 ayat (4) sedangkan dalam P3B OECD Model, dinyatakan

dalam beberapa pasal sebagai berikut : 1) Dimana suatu perusahaan dari suatu negara pihak pada persetujuan ikut serta secara langsung atau tidak langsung dalam pengelolaan, penguasaan atau permodalan suatu perusahaan dari Negara pihak pada persetujuan lainnya, 2) orang-orang yang sama ikut serta secara langsung atau tidak langsung dalam kepengurusan, penguasaan atau permodalan suatu perusahaan dari suatu negara pihak pada persetujuan dan suatu perusahaan dari negara pihak pada persetujuan lainnya. Dan dalam kedua kasus dibuat atau dipaksakan antara dua perusahaan dalam hubungan komersial atau keuangan mereka yang berbeda dari yang akan dibuat antara perusahaan independen, maka setiap keuntungan yang akan, tetapi untuk kondisi itu, telah diperoleh ke salah satu perusahaan, tetapi, karena keadaan-keadaan itu, yang belum diperoleh, dapat dimasukkan ke dalam laba perusahaan itu dan dikenakan pajak yang sesuai. 3) Dimana suatu negara pihak pada persetujuan termasuk dalam laba suatu perusahaan di negara itu dan dengan demikian memungut pajak atas laba dimana suatu perusahaan dari negara pihak pada persetujuan lainnya telah dikenakan pajak di negara itu dan laba yang termasuk didalamnya adalah laba yang telah diperoleh perusahaan itu. dari negara yang disebut pertama jika keadaan-keadaan yang dibuat antara kedua perusahaan itu seperti yang akan dibuat antara perusahaan-perusahaan yang berdiri sendiri, maka Negara lainnya itu dapat membuat penyesuaian yang layak terhadap jumlah pajak lain yang dibebankan

padanya atas laba tersebut. Dalam menentukan penyesuaian tersebut, harus memperhatikan ketentuan lain dari Persetujuan ini dan pejabat yang berwenang dari Negara pihak pada Persetujuan jika perlu harus saling berkonsultasi.

Dalam ayat (2) pasal 9 OECD Model, mengatur tentang mekanisme penyesuaian kembali (*corresponding adjustment*) jika ditemukan bahwa terdapat *primary adjustment* yang dilakukan oleh otoritas pajak negara lain yang akan berdampak pada wajib pajak di negara lainnya. Hal ini untuk mencegah terjadinya pemajakan berganda, meskipun jangka waktu yang akan dibutuhkan untuk dapat melakukan *corresponding adjustment* sangat lama bahkan untuk negara maju. Kasus *corresponding adjustment* bisa dilihat dalam kasus ini dan sanksi yang diberikan akan berganda karena *mekanisme* penyesuaiannya tidak beraturan seperti yang sudah diterapkan oleh masing-masing negara.

### **C. Metode *Transfer Pricing***

#### **1. Metode Tradisional**

*Comparable uncontrolled price* (CUP), membandingkan harga pada suatu transaksi yang terkontrol dengan transaksi lainnya yang sejenis yang tidak terkontrol. Cara ini paling mudah secara *konseptual*, harga pasar wajar cukup ditentukan oleh dua perusahaan yang tidak terkait. Namun fakta bahwa setiap perubahan kecil dalam

suatu transaksi (misalnya periode penagihan, *kuantum* dan *merk*) berpengaruh signifikan terhadap harga menjadikan sangat sulit untuk menemukan transaksi sejenis yang dapat diperbandingkan. Terdapat dua metode dalam CUP yaitu *internal comparable* dan *external comparable*. Perbedaannya sangat jelas, *external comparable*, artinya pengujian harga dilakukan pada perusahaan lain sedangkan *internal comparable*, pengujian dilakukan terhadap salah satu pihak yang melakukan *transfer pricing*.

*Cost plus* (CP), biasanya digunakan untuk barang jadi, ditentukan dengan menambah markup yang sesuai pada biaya yang timbul akibat proses produksi sebesar *markup* yang sesuai dengan keuntungan perusahaan lain yang diuji oleh pihak-pihak yang terkait. Metode umumnya diterima oleh otoritas *Bea Cukai* karena memberikan indikasi bahwa harga transfer mendekati nilai *cost* dari item yang diperdagangkan. Namun pendekatan biaya (*cost of production*) tidaklah setransparan seperti yang terlihat, karena perusahaan dapat dengan mudah mengubah akun biayanya untuk merubah besaran harga transfer. Perusahaan yang mengadopsi metode ini harus memilih satu diantara pendekatan berikut: pendekatan biaya aktual, pendekatan biaya standar, pendekatan biaya variabel dan pendekatan biaya *marjinal*.

*Resale price* (RP) penentuan harga pasar wajar didasarkan atas

produk yang dibeli dari perusahaan *afiliasi* lalu dijual kembali kepada perusahaan independen. Lalu, harga pasar wajar dari metode ini dihitung dengan cara mengurangi harga jual kembali tersebut dengan suatu margin laba kotor tertentu, dimana margin laba kotor itu diambil dari margin laba kotor perusahaan sejenis yang melakukan transaksi dengan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

## 2. Metode Non Tradisional

*Profit split* (PS) dan turunannya termasuk metode *comparative* dan *residual profit split* digunakan jika perusahaan yang terlibat dalam transaksi yang diperiksa terlalu terpadu sehingga tidak dapat dilakukan evaluasi secara terpisah, sehingga keuntungan akhir dari masing-masing pihak dibagi berdasarkan tingkat kontribusi dari setiap peserta dalam proyek itu. Tingkat kontribusi itu sendiri ditentukan oleh beberapa faktor terukur seperti *kompensasi* karyawan, biaya administrasi dll dari masing-masing pihak.

*Transaction net margin method* (TNMM), merupakan metode yang berfokus pada laba operasi wajar yang diperoleh salah satu *entitas* (pihak yang di uji) dalam transaksi. *Transaction net margin method* menegaskan bahwa laba operasi relatif (relatif terhadap penjualan, hpp, atau *aktiva* untuk memungkinkan *komparasi* antara perusahaan atau transaksi yang berbeda) dapat secara lebih kuat mengukur harga pasar wajar jika metode

pembandingan seperti pada metode tradisional tidak dapat dilakukan. Di USA, *Transaction net margin method* biasa dinamakan metode *Comparable Profits Method* (CPM) dan selain metode tradisional, merupakan metode penentuan harga pasar wajar yang paling banyak digunakan.

#### **D. Penentuan Harga Pasar Wajar transfer pricing**

*Arm's Length Price* (2016) yang menerangkan bahwa dalam aturan PER 32/PJ/2011 menyatakan bahwa penentuan harga transaksi wajar (*arm's length price*) bisa melalui metode perbandingan harga antara pihak non istimewa, *resale price* dan metode lainnya. Syarat utama dalam menganalisis penentuan harga transaksi wajar ini adalah ketersediaan data yang akurat sehingga dengan data yang akurat maka pihak berwenang dapat bisa melihat pembandingan antara eksternal maupun internal. *Arm's-length* adalah standard yang paling banyak digunakan didalam penentuan harga pasar wajar dalam *transfer pricing* yang dimana sebagai berikut :

##### **1. *Comparable uncontrolled pricing method***

Metode ini mengevaluasi kewajaran harga transfer dengan mengacu kepada tingkat harga yang terjadi antara unit yang independen atau antara anak perusahaan dengan unit yang independen. Secara teoritis metode ini memiliki kelebihan yang paling baik namun dalam terlaksananya metode ini memiliki



beberapa kendala yang merupakan kelemahan pada metode ini, misalnya perbedaan kuantitas, kualitas, kondisi, aktu penjualan, merk dagang, pangsa pasar, dan geografis pasar.

#### 2. *Resale pricing method*

Metode ini diterapkan sebagai biaya produk yang akan di transfer ke anggota group lainnya yang memiliki hubungan istimewa dengan tujuan yang dimaksud adalah untuk diperjualkan kembali. Kewajaran harga transfer didekati dengan pengurangan harga penjualan kepada pihak independen dengan suatu *markup* yang wajar (sebanyak laba dan biaya si penjual). Kesulitan terjadi dalam menentukan *markup* karena untuk menentukan *markup* tidak akan sama dikarenakan anggota group tidak memiliki konsisten terhadap penentuan *markup* itu sendiri.

#### 3. *Cost plus pricing method*

Metode ini mendekati kewajaran harga transfer dengan menambahkan *markup* yang wajar pada harga pokok pihak yang mentransfer. Pendekatan ini pada umumnya dipakai dalam hal penyerahan barang setengah jadi (*semifinished product*) kepada salah satu anggota group yang memiliki hubungan istimewa yang dominan sebagai *subkontraktor* dari group lainnya.

#### 4. *Other method*

Dalam keadaan tertentu, kombinasi ketiga metode yang sudah di jelaskan diatas maka perlu yang namanya diterapkan bahwa



didalam ketiga metode tersebut masih ada beberapa metode lainnya dan tidak hanya dengan mengandal dalam menggunakan ke tiga metode tersebut atau bisa juga mungkin dengan menggunakan metode lainnya, misalnya alokasi laba yang diperoleh oleh group yang dibentuk didalam suatu perusahaan dalam bentuk transaksi tertentu, kalkulasi tingkat pada keuntungan yang pantas didalam investasi wajib pajak. Jika metode perbandingan harga antar pihak yang independen tidak tepat untuk diterapkan, maka wajib yang namanya diterapkan dengan metode penjualan kembali (*resale price method*) atau metode biaya-plus (*cost plus method*) sesuai dengan kondisi ata situasi yang sedang dialami didalam group maupun perusahaan dengan penggunaan yang bijak dan tepat. Dalam hal metode penjualan kembali (*resale price method*) atau metode biaya-plus (*cost plus method*) tidak tepat untuk diterapkan, dapat diterapkan metode pembagian laba (*profit split method*) atau metode laba bersih transaksional (*transactional net margin method*).

##### 5. Metode Pembagian Laba (PSM)

Metode pembagian laba (*profit split method*) atau metode PSM adalah metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksional (*transactional profit method*) yang dilakukan dengan identifikasi laba gabungan atas transaksi *afiliasi* yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang akan

terjadi dalam memberikan perkiraan pembagian laba yang akan di bagikan dengan selayaknya tanpa kecurangan dan tercermin dari kesepakatan dengan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

Metode ini hanya dapat digunakan dalam kondisi sebagai berikut :

Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa sangat terkait satu sama lain sehingga tidak dimungkinkan untuk dilakukan kajian secara terpisah atau terdapat barang tidak berwujud yang unik antara pihak-pihak yang bertransaksi yang menyebabkan kesulitan dalam menemukan data pembanding cocok dan tepat sehingga perusahaan akan menggunakan metode yang sekiranya dapat menemukan jalan keluar dari permasalahan pada fiksus kecurangan yang dimainkan didalam perusahaan dimana nantinya perusahaan akan menggunakan suatu metode yang sangat cocok dan juga tepat yaitu dengan menggunakan metode laba bersih *transaksional* (TNMM), Metode laba bersih *transaksional* (*transactional net margin method*) adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan *persentase* laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap *aktiva*, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan *persentase* laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain

yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau *persentase* laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya, sehingga menimbulkan keadilan dalam penentuan harga wajar.

Metode tersebut akan digunakan jika tidak ada kondisi yang kurang cocok yang terjadi didalam suatu perusahaan maka dapat diterapkan untuk menggunakan metode yang lain yang seimbang dan cocok dalam masalah yang belum terselesaikan didalam suatu perusahaan. Dengan kata lain, metode ini adalah metode terakhir yang bisa digunakan jika metode yang lainnya tidak dapat digunakan.

#### **4. Variabel Bebas (Independent Variable)**

##### ***a. Leverage***

Evelyn Theresia & Jenni (2018) mengemukakan bahwa *leverage* adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan *aktiva* dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimisasi kekayaan pemilik perusahaan dan *leverage* dapat juga diartikan sebagai suatu penggunaan aktiva dengan kata lain dana dengan tujuan apabila suatu perusahaan mengalami kerugian yang dapat membawa dampak buruk bagi manajemen makan perusahaan

akan menggunakan *aktiva* atau dana tersebut dengan alasan perusahaan harus menutupi semua biaya tetap dan beban tetap yang masih terus berjalan.

Disebutkan juga bahwa *leverage* ini adalah suatu teknik dalam pembelian *aset* yang akan melibatkan sebuah dana pinjaman atau utang dari pada suatu penambahan ekuitas yang baru dengan sebuah harapan bahwa dari laba setelah adanya pajak yang dapat diterima dari pemegang *ekuitas* dari runtutan transaksi tersebut yang akan melebihi suatu biaya pinjaman, seringkali terjadi didalam penekanan laba itu beberapa kali lipat agar nantinya laba yang akan dihasilkan tidak terlalu besar agar tidak menimbulkan pajak yang terlalu besar bagi suatu perusahaan, maka dari itu dikatakan bahwa pembelian dengan melibatkan hutang lebih maksimal dibandingkan dengan penambahan *ekuitas* baru yang dimana hanya menambah biaya 1 kali dan tidak ada harapan dalam meminimalkan laba yang diinginkan.

*Leverage* memiliki macam-macam jenis dan jenis *leverage* dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok dengan tujuan dan fungsinya masing-masing yang diperlukan perusahaan dalam menangani dan menerapkan *Leverage* sebagai berikut :

1) *Leverage* Operasi (*Operating Leverage*)

*Leverage* operasi adalah sebuah kemampuan dari perusahaan untuk menggunakan beberapa biaya operasi secara tetap (*fixed operating cost*) untuk dapat memperbesar pengaruh dari sebuah

perubahan volume dan juga penjualan terhadap beberapa pendapatan sebelum pajak dan juga bunga (*EBIT = Earning Before Interest and Taxes*). Beban tetap pada operasional perusahaan umumnya mencakup; biaya produksi, biaya depresiasi, biaya pemasaran, gaji pegawai, adapun besar kecil dari *leverage* operasi ini dapat dihitung dengan DOL (*Degree of Operating Leverage*) yang mempunyai rumus berikut:

$$DOL = \frac{\text{Persentase Perubahan EBIT}}{\text{Persentase Perubahan Penjualan}}$$

## 2) *Leverage* Keuangan (*Financial Leverage*)

*Leverage* keuangan adalah kegiatan penggunaan dari sumber dana yang memiliki beban secara tetap dengan sebuah anggapan bahwa akan memberikan suatu tambahan dari keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan beban tetap, sehingga dapat perbesar laba yang akan tersedia bagi pihak pemegang saham (Agus Sartono, 2018).

Adapun dari besar kecil *leverage* keuangan itu dihitung dengan DFL (*Degree of Financial Leverage*) dengan rumus berikut:

$$DFL = \frac{\text{Persentase Perubahan EPS}}{\text{Persentase Perubahan EBIT}}$$

## 3) *Leverage* Gabungan (*Combination Leverage*)

*Leverage* gabungan merupakan sebuah pengaruh dari

perubahan penjualan terhadap sebuah perubahan laba setelah mendapat pajak untuk mengukur dengan langsung dampak dari perubahan penjualan terhadap suatu perubahan laba-rugi dan juga pemegang saham dengan menggunakan metode *Degree of Combine Leverage (DCL)* yang telah didefinisikan sebagai *persentase* dari perubahan pendapatan pada per lembar saham sebagai akibat dari *persentase* perubahan di dalam unit yang telah terjual.

*Leverage* mempunyai beberapa tujuan agar dalam menjalankan dan menerapkan *leverage* didalam perusahaan tidak salah mengartikan dan tidak disalah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab tujuan *leverage* sebagai berikut :

- a) Agar pihak perusahaan dapat untuk mengetahui posisinya terhadap berbagai kewajiban kepada pihak kreditor.
- b) Agar pihak perusahaan dapat untuk menilai kemampuannya dalam proses memenuhi kewajiban yang memiliki sifat tetap, misalnya seperti angsuran pinjaman serta bunga.
- c) Agar pihak perusahaan dapat menilai dari keseimbangan antara nilai pada aktiva (khususnya pada *aktiva* tetap) dengan modal.
- d) Agar perusahaan dapat menentukan dan menilai tingkat pengaruh dari utang terhadap sebuah pengelolaan *aktiva*.
- e) Agar pihak perusahaan dapat untuk menilai sebuah besarnya *aktiva* dari perusahaan yang dapat dibiayai oleh para penghutang utang.



### **b. Tunneling Incentive**

*Tunneling incentive* merupakan perilaku yang dilakukan oleh pihak manajemen atau pemegang saham mayoritas untuk mentransfer aset atau keuntungan perusahaan kepada mereka sendiri demi kepentingan pribadi namun dibebankan kepada para pemegang saham minoritas. Selain itu, dari faktor non pajak yang dapat menjadi motif perusahaan melakukan penghindaran pajak adalah dengan adanya mekanisme bonus (Saifudin, 2018).

*Tunneling* dapat muncul dalam dua bentuk. Pertama, pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan melalui penjualan aset perusahaan, kontrak harga transfer, kompensasi *eksekutif* yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya. Kedua, pemegang saham pengendali dapat bisa untuk meningkatkan bagiannya atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham *dilutif* atau transaksi keuangan lainnya yang dapat mengakibatkan pada kerugian bagi pemegang saham non-pengendali karena pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan tidak mempertimbangkan tindakannya yang dimana mengakibatkan kerugian bagi para pemegang saham non-pengendali Brundy dkk (2014) dalam Laksmi Rachmah Deanti (2017).



Pengukuran *tunneling incentive* pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham eksternal yang melebihi 20% (dua puluh persen). *Entitas* dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung (contohnya melalui entitas anak) apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No. 15.

Pengaruh *tunneling incentive* terhadap indikasi dalam melakukan pengambilan keputusan *transfer pricing* yaitu adalah perilaku pengalihan *aset* dan laba perusahaan demi kepentingan pemegang saham *mayoritas* yang akan dapat mengendalikan pemegang saham *minoritas* (Aharony *et al.*, 2010) dalam Noviasatika dkk (2016). Contoh yang dilakukan perusahaan dalam melakukan *tunneling incentive* adalah tidak membagikan *dividen* yang didapat dengan nominal kecil maupun besar, menjual *aset* atau *sekuritas* dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki dengan menjual barang dengan harga di bawah pasaran agar nantinya mendapatkan keuntungan pribadi dan merugikan para pemegang saham, dan nantinya setelah mereka sudah memindahkan atau membeli barang dengan harga yang sangat di bawah pasaran maka mereka akan segera memilih anggota keluarganya atau yang mempunyai hubungan darah yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di dalam suatu perusahaan tersebut perusahaan. Aharony *et al.*, (2018) menemukan bahwa

*tunneling incentive* setelah *Initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum *Initial public offering*. Yuniasih *et al.*, (2017) menemukan bahwa 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.

**c. *Intangibel Assets***

Asset tidak berwujud dapat digolongkan menjadi *asset* tidak berwujud yang dapat diidentifikasi (*identifiable intangible asset*) dan *asset* tidak berwujud yang tidak dapat teridentifikasi (*unidentifiable asset*). *Asset* tidak berwujud yang dapat diidentifikasi terpisah dan akan dikaitkan dengan hak tertentu dan keistimewaan selama dalam periode manfaat yang terbatas. Sedangkan *asset* tidak berwujud yang tidak dapat diidentifikasi merupakan *asset* yang dapat dikembangkan secara internal atau dapat dibeli namun tidak mampu diidentifikasi dan sering memiliki masa manfaat yang tidak terhingga seperti penelitian dan pengembangan, iklan, *goodwill*, inovasi produk dan lain-lain Subramanyam dan Halsey (2017).

Menurut PSAK no.19, pengakuan *asset* tidak berwujud dapat dilakukan jika kemungkinan besar perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomi masa depan dari asset tersebut dan biaya perolehan

*aset* dapat diukur dengan jelas. *Asset* tidak berwujud dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut: 1) Pembelian tunai biaya perolehan *aset* tidak berwujud terdiri atas harga beli, termasuk *bea* masuk (*impor*), pajak yang sifatnya tidak dapat direstitusi (*non-refundable*) dan semua pengeluaran yang dapat dikaitkan langsung dalam mempersiapkan *aset* tersebut sehingga siap digunakan sesuai dengan tujuan, 2) Pembelian angsuran *aset* tidak berwujud yang dibeli secara *kredit*, biaya perolehannya sebesar nilai tunainya. Selisih antara jumlah pembayaran dengan nilai tunai dicatat sebagai beban bunga ditangguhkan, 3) Pertukaran *aset* tak berwujud yang diperoleh melalui pertukaran *aset* sejenis atau pertukaran *aset* tidak sejenis. Biaya perolehan *aset* tidak berwujud dapat diukur dengan sebesar nilai wajar *aset* yang diterima, yang sama dengan nilai wajar *aset* yang diserahkan setelah diperhitungkan jumlah uang tunai atau kas yang diserahkan, 4) Ditukar dengan instrumen *ekuitas* perusahaan *aset* tidak berwujud yang diperoleh dengan menukarnya dengan *instrumen* perusahaan pelapor, biaya perolehannya adalah nilai wajar *instrumen* yang diterbitkan yaitu sama dengan nilai wajar *aset*.

*Aset* tidak berwujud yang dihasilkan akan secara internal digunakan dalam menentukan apakah suatu *aset* tidak berwujud yang dihasilkan secara internal memenuhi syarat untuk diakui, *entitas* menggolongkan proses dihasilkannya *aset* tidak berwujud menjadi dua tahap yaitu tahap penelitian (*riset*) dan tahap pengembangan. Jika

*entitas* tidak dapat membedakan antara tahap riset dan tahap pengembangan pada suatu proyek internal untuk menghasilkan *aset* tidak berwujud, maka entitas memperlakukan pengeluaran untuk proyek itu seolah-olah sebagai pengeluaran yang terjadinya hanya pada tahap riset saja. *Aset* tidak berwujud merupakan hak, keistimewaan, dan manfaat kepemilikan atau pengendalian. Dua karakteristik umum *aset* tidak berwujud adalah tingginya ketidakpastian masa manfaat dan tidak adanya wujud fisik. Salah satu bentuk *aset* tidak berwujud adalah *research and development*. Borg & Gall dalam Sugiyono (2019), yang menyatakan bahwa dalam penelitian dan dalam pengembangan (*Research and Development*), merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan atau memvalidasi produk yang digunakan dalam pendidikan dan pembelajaran.

Menurut PSAK No.20 yang telah direvisi, *riset* adalah penelitian yang orisinal dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pengetahuan dan pemahaman teknis atau ilmiah yang baru sedangkan pengembangan adalah penerapan hasil riset atau pengetahuan lain ke dalam suatu rencana atau desain untuk menghasilkan bahan, alat, produk, proses, *system* atau jasa, sebelum dimulainya produksi komersial atau pemakaian. Salah satu contoh dari kegiatan *riset* dan pengembangan adalah kegiatan yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan baru, formulasi dan desain alternatif-alternatif produk dan proses baru atau disempurnakan, serta rancangan

peralatan dan cetakan yang melibatkan teknologi baru. Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan *research* and langsung dapat di distribusikan ke kegiatan riset dan pengembangan atau yang dapat dialokasikan menurut dasar yang wajar pada kegiatan tersebut. Biaya *riset* harus di akui sebagai beban dalam periode terjadinya dan tidak boleh diakui sebagai *aktiva* dalam periode berikutnya. Biaya pengembangan yang telah diakui sebagai beban tidak boleh diakui sebagai *aktiva* dalam periode berikutnya.

#### **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Hasil Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian guna untuk memperbanyak atau menambah teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengambil beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperbanyak atau menambah bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis :

Noviastika *et al* (2016), penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *good corporate governance* (GCG) terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance* (GCG) sebagai variabel independen sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik

purposive sampling. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 yang berjumlah 40 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *regresi logistik*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 19,5% *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *intangible assets* dan pengaruh *leverage*.

Theresia & Jenni (2018), dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengambil objek penelitian di BEI pada perusahaan sektor *food and beverage* periode 2014-2017. Beberapa penelitian sebelumnya membahas mengenai nilai perusahaan memperlihatkan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penelitian lain perlu dilakukan untuk menguji ulang teori tentang nilai perusahaan. Populasi penelitian ini sebanyak 18 perusahaan sektor *food and beverage*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 10 perusahaan sampel untuk 4 tahun pengamatan (2014-2017) dengan 40 observasi (pengamatan). Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan program SPSS 21, dengan uji statistik deskriptif, uji



asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai signifikan struktur *leverage* menggunakan DAR yaitu 0,381, nilai signifikan ukuran perusahaan yang diproksikan menggunakan *SIZE* yaitu 0,008, dan nilai signifikan *profitabilitas* yang diproksikan menggunakan ROA yaitu 0,046.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu Pengaruh *leverage*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *intangible assets* dan *tunneling incentive*.

Deanti (2017), penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pajak, *intangible asset*, *leverage*, *profitabilitas*, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional di Indonesia. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* yang diproksikan dengan nilai dari *related party transaction* (RPT) penjualan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak, *intangible asset*, *leverage*, *profitabilitas*, dan *tunneling incentive*. Penelitian ini menggunakan data sekunder pada laporan keuangan atau laporan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan di Bursa Efek Indonesia. populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, di dapat total sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 152 data dari 38 perusahaan. Metode analisis yang digunakan menggunakan



analisis regresi logistik. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. *Leverage* dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Sedangkan *intangible asset* dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *tunneling incentive*, *intangible assets* dan pengaruh *leverage*.

Surjana (2020), praktik *transfer pricing* mayoritas dilakukan oleh perusahaan multinasional yang menginginkan laba tinggi melalui penghindaran pajak. *Transfer pricing* bagi otoritas pajak dianggap sebagai upaya penghindaran pajak apabila penentuan harga dalam transaksi antar perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan. Seiring dengan berkembangnya perusahaan multinasional bukan hanya penghindaran beban pajak saja yang menjadikan faktor perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pajak, kepemilikan asing dan *mekanisme bonus* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling method* dan diperoleh sampel sebanyak 12 perusahaan. Data yang dipakai merupakan data sekunder, yaitu laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun

2014-2018. Guna membuktikan hipotesis dilakukan pengujian regresi logistik dengan alat bantu program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu pengaruh *leverage*, *intangible assets* dan *tunneling incentive*.

Refgia (2017), *transfer pricing* merupakan hasil dari pertumbuhan bisnis bisnis saat ini. Perusahaan nasional kini menjadi perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya terpusat pada satu negara saja, tetapi di beberapa negara. Hal ini dilakukan untuk penghindaran pajak guna memperoleh keuntungan yang tinggi keuntungan. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pajak *mekanisme bonus*, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *insentif tunneling* untuk mentransfer harga dalam bahan kimia perusahaan dan sektor industri dasar yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014. Ini sampel diperoleh dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan beberapa kriteria agar dapat mendapatkan sampel sebanyak 13 perusahaan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan model regresi linier dengan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak

berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada  $0,049 < 0,050$  tingkat signifikansi, kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap transfer harga pada tingkat signifikansi  $0,044 < 0,050$ , dan *insentif tunneling* memiliki signifikan berpengaruh terhadap harga transfer pada tingkat signifikansi  $0,005 < 0,050$ , *mekanisme* bonus tidak berpengaruh pada harga transfer pada tingkat signifikansi  $0,757 > 0,050$  dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada harga transfer pada level  $0,427 > 0,050$  makna. Besarnya determinasi ( $r^2$ ) dari efek pajak, *mekanisme* bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *insentif tunneling* untuk mentransfer harga yang yaitu sebesar 27,2%, sedangkan sisanya 72,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperiksa dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu pengaruh *leverage* dan *intangible assets*.

Kurniawati (2020), Penelitian ini bertujuan untuk menguji: 1) pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*, 2) pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*, 3) pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*, 4) pengaruh *mekanisme* bonus terhadap *transfer pricing* dan 5) pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan kriteria tertentu sehingga diperoleh 16 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini selama periode pengamatan 3 tahun. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan analisis regresi berganda meliputi uji F, uji t dan uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak, ukuran perusahaan dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Tetapi Variabel *leverage* dan *mekanisme* bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pengaruh *leverage*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive* dan *intangible assets*.

Tresnawaty, (2020), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan *transfer pricing*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan Bursa Efek Indonesia dan Website Perusahaan. Perusahaan Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 260 data yang dijadikan sampel. Analisis data menggunakan metode analisis regresi logistik dengan bantuan sistem SPSS

versi 23. Hasil penelitian menunjukkan secara *parsial*, beban pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing* sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh. Dan Secara simultan beban pajak, *tunneling incentive* dan *mekanisme* bonus berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu pengaruh *leverage* dan *intangible assets*.

Rahayu (2020), perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mngehindari kewajiban pajaknya. Perusahaan menggeser beban pajak dari negara dengan tarif pajak yang tinggi ke negara yang mempunyai tarif pajak lebih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pajak, kepemilikan asing, dan *leverage* terhadap *transfer pricing*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi perusahaan ini adalah semua aneka perusaan *industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2018. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi *logistic* dengan menggunakan program SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh negative signifikan terhadap *transfer pricing*, dan *laverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pengaruh *leverage*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive* dan *intangible assets*.

Kodriyah & Framita (2019), Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh financial distress dan *leverage* terhadap *konservatisme* akuntansi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Teknik pemilihan sampel berdasarkan *purposive sampling* dimana populasi penelitian berjumlah 16 perusahaan dan diambil sebanyak 7 perusahaan yang termasuk dalam kriteria penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang di olah dengan program SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Tingkat financial *distress* berpengaruh signifikan negatif terhadap *konservatisme* akuntansi karena perusahaan yang mengalami *financial distress* cenderung akan menutupinya dengan menaikkan laba perusahaan, 2) *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap *konservatisme* akuntansi artinya semakin tinggi *leverage* maka kreditur akan cenderung menuntut manajer untuk menerapkan kehati-hatian dalam menyusun laporan keuangan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pengaruh *leverage*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel



tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive* dan *intangible assets*.

Rifan (2019), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *tunneling incentive* dan *mekanisme bonus* terhadap praktik penghindaran pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan *multinasional* sebagai perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak berelasi akan memiliki kemudahan dalam melakukan *tunneling incentive* pada transaksi *transfer pricing*. Kondisi ini merupakan upaya penghindaran pajak yaitu melalui manipulasi beban pajak. Selain itu, faktor non-pajak yang menjadi motif praktik penghindaran pajak adalah *mekanisme bonus*. Penerapan *mekanisme bonus* dapat mengindikasikan perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak karena direksi dan manajemen memanipulasi laba perusahaan dengan tujuan memperoleh bonus.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu pengaruh *leverage* dan *intangible assets*.

**Tabel II.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1	Dwi Noviasatika <i>et al</i> Jurnal Perpajakan Vol. 8 No.1 (2016)	Pengaruh pajak, Tunneling incentive, dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<b>Variable Independen</b> Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Good Corporate Governance (GCG) <b>Variable Dependent</b> Transfer Pricing	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan transfer pricing
2	Evelyn Theresia & Jenni Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi – Vol 10. No. 2 (2018) Universitas Buddhi Dharma, Indonesia, Banten	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Manufaktur Sector Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017	<b>Variable Independen</b> Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas <b>Variable Dependent</b> Nilai Perusahaan	Dan dari hasil penelitian menunjukan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Laksmi Rachmah Deanti	Pengaruh Pajak, Intangible Assets,	<b>Variable Independen</b> Pengaruh	Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan

	(2017)	Leverage, Profitabilitas, dan Tunelling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Indonesia	Pajak, Intangible Assets, Leverage, Profitabilitas, dan Tunelling Incentive <b>Variable Dependent</b> Keputusan Transfer Pricing	bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing perusahaan. Leverage dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap keputusan transfer pricing perusahaan. Sedangkan intangible asset dan tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing perusahaan.
4	Mikael Tanuwiharja dan Surjana Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi – Vol 12. No. 1 (2020) Universitas Buddhi Dharma, Indonesia Banten	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing Dan Mekanisme Bonus Terhadap Penerapan Transfer Pricing	<b>Variable Independen</b> Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing Dan Mekanisme Bonus <b>Variable Dependent</b> Penerapan Transfer Pricing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing, sedangkan variabel kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing
5	Thesa Refgia	Pengaruh Pajak, Mekanisme	<b>Variable Independen</b>	Pajak, kepemilikan

	(2017)	Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive <b>Variable Dependent</b> Transfer Pricing	asing, dan Tunneling Incentive berpengaruh signifikan terhadap Transfer Pricing. Mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Transfer Pricing.
6	Venesia Nathalia Kurniawati (2020)	Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Leverage, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Perusahaan dalam Melakukan Transfer Pricing di Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2017-2019	<b>Variable Independen</b> Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Leverage, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive <b>Variable Dependent</b> Transfer Pricing	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak, ukuran perusahaan dan tunneling incentive berpengaruh terhadap transfer pricing. Tetapi Variabel leverage dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019
7	Nia Tresnawaty, SE., M.Ak (2020)	Beban Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan	<b>Variable Independen</b> Beban Pajak, Tunneling Incentive,	Hasil penelitian menunjukan secara parsial, beban pajak dan tunneling

		Transfer Pricing Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019	Mekanisme Bonus <b>Variable Dependent</b> Transfer Pricing	incentive berpengaruh terhadap penerapan transfer pricing sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh. Dan Secara simultan beban pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap penerapan transfer pricing.
8	Anita Rahayu (2020)	Pengaruh pajak, Kepemilikan Asing dan Leverage Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri di Bursa Efek Indonesia)	<b>Variable Independen</b> Pengaruh pajak, Kepemilikan Asing dan Leverage <b>Variable Dependent</b> Transfer Pricing	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap transfer pricing, kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap transfer pricing dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing
9	Kodriyah & Dien Sefty Framita Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi	Menguji Dampak Financial Distress dan Leverage Terhadap Konservatisme Akuntansi	<b>Variable Independen</b> Menguji Dampak Financial Distress dan Leverage <b>Variable</b>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Tingkat financial distress berpengaruh signifikan negatif terhadap konservatisme

	– Vol 11. No. 2 (2019) Universitas Buddhi Dharma, Indonesia Banten		<b>Dependent</b> Konservatise Akuntansi	akuntansi karena perusahaan yang mengalami financial distress cenderung akan menutupinya dengan menaikan laba perusahaan, Leverage berpengaruh signifikan positif terhadap konservatisme akuntansi artinya semakin tinggi leverage maka kreditur akan cenderung menuntut manajer untuk menerapkan kehati- hatian dalam menyusun laporan keuangan.
10	Dinda Fali Rifan Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan (2019)	Analisis Penerapan Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Praktik Penghindaran Pajak	<b>Variable</b> <b>Independen</b> Analisis Penerapan Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus <b>Variable</b> <b>Dependent</b> Praktik Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan perusahaan multinasional sebagai perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak berelasi akan memiliki kemudahan dalam melakukan tunneling incentive pada transaksi transfer pricing. Kondisi ini merupakan upaya penghindaran



				pajak yaitu melalui manipulasi beban pajak. Selain itu, faktor non-pajak yang menjadi motif praktik penghindaran pajak adalah mekanisme bonus.
--	--	--	--	--

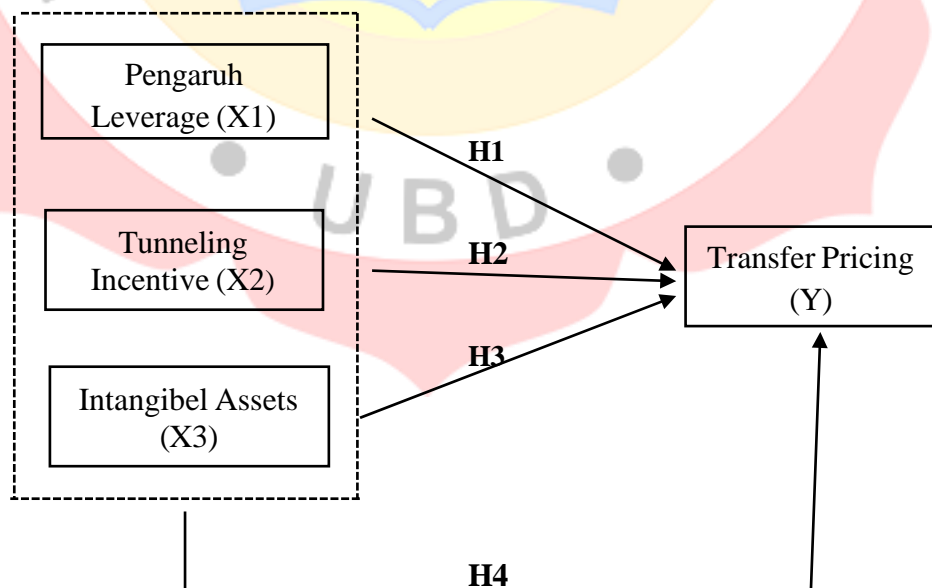
Sumber: Diolah dari berbagai referensi

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah tentang analisis Pengaruh *leverage*, *tunneling incentive*, *intangibile asset* Terhadap keputusan *transfer pricing*.

Gambar II.1 menyajikan kerangka pemikiran untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## D. Perumusan Hipotesa

### 1. Pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.

umumnya suatu perusahaan akan menggunakan utang kepada pihak ketiga yang memiliki hubungan istimewa yang dimana fungsinya untuk menjalankan aktivitas operasi dalam suatu perusahaan. Menambahkan sejumlah utang dalam suatu perusahaan akan mengakibatkan beban bunga menjadi pengurang dalam beban pajak yang akan ditanggung oleh suatu perusahaan.

Utang adalah salah satu cara perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan yang akan memberikan manfaat untuk menjalankan manajemen perusahaan. Semakin pendanaan melalui utang, maka laba setelah utang yang dikenakan pajak akan otomatis menjadi lebih rendah dibandingkan laba yang pendanaan minim akan dikenakan pajak yang lebih tinggi karena insentif pajak atas bunga utang semakin kecil juga.

Heider dan Ljungqvist (2017) meneliti keadaan perubahan tarif pajak penghasilan perusahaan dan menemukan bahwa kenaikan rasio *leverage* mengikuti peningkatan tarif pajak perusahaan, akan tetapi rasio *leverage* tidak ikut berkurang seiring dengan penurunan tarif pajak penghasilan perusahaan tersebut. Hal tersebut di dukung oleh Agusti (2016) yang menyatakan bahwa semakin besar utang perusahaan maka beban pajak akan menjadi lebih kecil karena bertambahnya unsur biaya usaha dan pengurangan tersebut sangat berarti bagi perusahaan yang terkena pajak tinggi. Oleh karena itu makin tinggi tarif bunga yang di

kenakan maka akan makin besar keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan dari hasil penggunaan utang tersebut. Manfaat yang akan muncul dari penurunan pajak akibat munculnya bunga yang dihasilkan dari utang akan mempengaruhi implikasi meningkatnya suatu penggunaan utang didalam suatu perusahaan. Diduga bahwa *leverage* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. *Leverage* adalah penggunaan dana pinjaman untuk meningkatkan potensi imbal hasil (*return*) dari sebuah investasi (variable  $X_1$ ). Sehingga secara hipotesis kenaikan *leverage* akan menurunkan nilai perusahaan atau terdapat hubungan negatif. Kenaikan *leverage* yang akan menurunkan nilai perusahaan (berpengaruh negatif) Walaupun dalam penelitian sebelumnya Theresa & Jenni (2018) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang dilakukan untuk perusahaan *subsector food & beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017.

Berdasarkan pernyataan diatas maka  $H_1$  dapat dinyatakan sebagai berikut :

**$H_1$  : *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing***

## **2. Pengaruh *Tunneling incentive* terhadap keputusan *Transfer pricing***

Pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham yang melebihi 20% (dua puluh persen). Entitas dianggap berpengaruh signifikan baik secara langsung ataupun tak langsung terhadap entitas

lainnya apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15.

Tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer semua aset yang mereka miliki beserta laba yang mereka peroleh ke dalam suatu perusahaan guna untuk kepentingan para pemegang saham *mayoritas* saja, namun pemegang saham *minoritas* akan ikut menanggung biaya yang seharusnya hanya ditanggung oleh pemegang saham *mayoritas* tetapi pemegang saham *minoritas* juga mereka menanggung beban yang akan ditanggungkan didalam suatu perusahaan tersebut.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurlita (2018) menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh Positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan pernyataan diatas maka H<sub>2</sub> dapat dinyatakan sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer pricing***

### **3. Pengaruh *Intangible assets* terhadap keputusan *Transfer pricing***

*Intangible assets* menjadi bagian yang paling penting dalam mengelolah operasi maupun dalam melaksanakan keberlangsungan didalam suatu perusahaan, hal tersebut karena suatu perusahaan telah menjadi bagian terpenting dari *mayoritas* transaksi harta tidak berwujud antar-negara, peraturan mengenai penetapan harga transfer secara

otomatis akan diterapkan secara luas untuk melakukan transaksi yang melibatkan pemindahan harta tak berwujud dengan satu cara atau dengan cara yang lainnya. Dalam hal ini, sangat amat penting untuk memahami kemampuan untuk memisahkan *aset* tak berwujud dari *aset* lainnya untuk tujuan penilaiannya.

Deanti (2017) yang menemukan bahwa resiko *agresivitas transfer pricing* meningkat karena terdapat perbedaan dalam interpretasi penilaian harga transfer, dan kesulitan bagi perusahaan adalah untuk mendefinisikan dengan tepat transaksi mengenai harta tidak berwujud. diduga bahwa *intangibile asset* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan pernyataan diatas maka H<sub>3</sub> dapat dinyatakan sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : *Intangibel assets* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer pricing***

#### **4. Pengaruh *Leverage, Tunneling incentive, Intangibel assets* terhadap keputusan *Transfer pricing***

Dari uraian yang telah dipaparkan sebelumnya ketiga variabel independen tersebut diduga berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Maka data diduga juga bahwa jika variabel tersebut diuji secara bersama-sama terhadap variabel dependen maka hasilnya akan berpengaruh. Sehingga dapat di simpulkan bahwa pengaruh *leverage, tunneling incentive, intangibel assets* dapat berpengaruh secara

simultan terhadap *transfer pricing*.

**H4 : Pengaruh *Leverage, Tunneling incentive, Intangible assets* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer pricing***





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Data sekunder adalah data yang digunakan peneliti untuk melihat laporan tahunan perusahaan-perusahaan *Food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2020. Data Laporan Tahunan (*Annual Report*) penelitian ini diperoleh dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun yang digunakan peneliti ialah periode tahun 2016-2020 dan yang meliputi laporan keuangan perusahaan.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari sebuah permasalahan yang terjadi dan merupakan titik perhatian suatu penelitian karena objek penelitian menjadi sasaran. Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 3) mengatakan bahwa : “Obyek penelitian adalah suatu data yang diperoleh secara empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid, reliable, dan objektif”.

Objek penelitian yang menjadi sasaran penulis dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan perusahaan *Food and baverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan periode tahun 2016 sampai

dengan periode tahun 2020. Data yang diperoleh berdasarkan situs resmi Bursa Efek Indonesia di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang dapat digunakan adalah jenis data kuantitatif dan jenis data sekunder. Data adalah simbol, angka maupun kata-kata yang didapatkan melalui dari sebuah proses pengamatan yang disusun menjadi dalam sebuah bentuk informasi dan juga dari sekumpulan fakta-fakta yang terjadi. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku-buku, referensi-referensi dan jurnal lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Data kuantitatif adalah data yang dapat disajikan dalam bentuk angka, sedangkan data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku-buku, jurnal dan referensi-referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dalam berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan *food and baverage* pada periode 2016-2020.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut (Ferdinand, 2014, hal. 171) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Manajemen menjelaskan bahwa : “Populasi adalah

gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian.” Sementara menurut (Sugiyono, 2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Alasan memilih perusahaan *food and baverage* dikarenakan perusahaan ini termasuk kedalam perusahaan yang sedang beroperasi melalui melintasi batas antar negara dan yang memiliki keterkaitan hubungan istimewa dengan karena dalam pengendalian manajemen maupun dalam suatu penyertaan modal saham. Dan dengan dapat berupa agen, perusahaan dan lain sebagainya dengan melakukan berbagai motif yang ada, seperti dengan mencari pangsa pasar dengan cara memperluas jangkauan dari pada pemasaran produk yang dikelola serta untuk meminimalkan biaya seperti dalam halnya keringanan dalam membayar perpajak yang ada, dan membayar tenaga kerja yang murah. Sehingga perusahaan *food and baverage* dapat memiliki potensi yang tinggi dalam melakukan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

## 2. Sampel

Sampel Menurut (Ferdinand, 2014, hal. 171) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Manajemen menjelaskan bahwa : “Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi” Sementara menurut (Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and baverage* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dari periode tahun 2016 sampai dengan periode tahun 2020. Dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan metode yaitu dengan metode *purposive sampling* dengan teknik penentuan dari sampel dan dengan penuh pertimbangan. Kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.)Perusahaan *food and baverage* yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 sampai dengan periode tahun 2020.
- 2.)Perusahaan yang konsisten menerbitkan laporan (*annual report*) secara berturut-turut pada periode tahun 2016 sampai dengan periode tahun 2020.
- 3.)Perusahaan menyajikan laporan keuangan secara lengkap dari periode tahun 2016 sampai dengan periode tahun 2020.
- 4.)Perusahaan yang menyajikan *Assets* tidak berwujud secara berturut-turut pada periode 2016-2020.
- 5.) perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode

pengamatan. Hal ini karena perusahaan yang mengalami kerugian tidak memiliki kewajiban perpajakan di tingkat perusahaan sehingga motivasi pajak menjadi tidak relevan. Oleh karena itu perusahaan yang mengalami kerugian akan di eliminasi dari sampel yang di gunakan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, untuk dapat menentukan teknik pengumpulan data penulis menggunakan cara ialah dengan cara dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan suatu cara dalam mengumpulkan data yang didapatkan dari gambar, foto, kearsipan, dan lain sebagainya. Data yang dikumpulkan yaitu data yang berupa arsip laporan keuangan perusahaan *food and baverage* yang terdaftar didalam Bursa Efek Indonesia dengan periode tahun 2016 sampai dengan periode tahun 2020. Selain teknik pengambilan dari dokumentasi, hal ini penulis menggunakan juga teknik dari studi kepustakaan dimana studi kepustakaan merupakan sebuah teknik dengan melakukan pencarian informasi-informasi yang sangat relavan dengan masalah yang sedang menjadi suatu objek dari penelitian yang diperoleh dari sebuah karya ilmiah, buku-buku dan maupun yang didapat melalui jurnal-jurnal dari peneliti-penelitian sebelumnya untuk mendapatkan informasi lebih banyak dan mempelajari *literatur* yang berkaitan dengan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

## F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Transfer pricing* dan sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh *Leverage*, *Tunneling incentive*, dan *Intangible assets*.

### 1. Variabel Bebas (Independen Variable)

Variabel independen dalam penelitian ini ada tiga yaitu :

#### a. *Leverage*

*Leverage* merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan untuk cara mengetahui seberapa besar suatu perusahaan itu akan berkembang dengan dibiayai oleh hutang yang asalnya tersebut ialah berasal dari seorang kreditur dan bukan dari seorang pemegang saham maupun investor. Variabel ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

#### b. *Tunneling Incentive*

*Tunneling incentive* adalah sebuah kegiatan yang seluruh kegiatan mayoritas dilakukan dan dikendalikan oleh kelompok pemegang saham pengendali, yang diberfungsi untuk memperkaya mereka (kelompok pemegang saham pengendali) dan dengan merugikan bagi kelompok pemegang saham non-pengendali (*minoritas*). *Tunneling incentive* diprosikan dengan *presentase*



kepemilikan saham di atas 20% yang merupakan pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Kriteria struktur kepemilikan yang terkonsentrasi berdasarkan pada PSAK No. 15 yang mengukur pengaruh signifikan pemegang saham oleh pihak asing dengan menggunakan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih.

$$\text{TUN} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

**c. *Intangible Assets***

*Intangible assets* merupakan aset non moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik untuk dimiliki dan digunakan untuk sebagai menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif. menggambarkan bagaimana perusahaan memanfaatkan transaksi yang terkait dengan assets tidak berwujud, baik kekayaan intelektual maupun pengeluaran penelitian dan pengembangan. Dapat diukur dengan menggunakan perhitungan jumlah assets tidak berwujud dibagi total assets sebagai berikut :

$$\text{INTANG} = \frac{\text{Jumlah Assets tidak berwujud}}{\text{Total Assets}}$$

## 2. Variabel Terikat (Dependen Variable)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas/variabel independen. Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat yaitu *transfer pricing*. Menurut (Panjalusman,dkk, 2018) untuk mengukur kegiatan *transfer pricing* dapat menggunakan rumus perhitungan yaitu total piutang usaha kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa, lalu dibagi total piutang usaha yang dimiliki oleh perusahaan.

$$TP = \frac{\text{Piutang usaha kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

**Tabel III. 1**

### **Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel yang Diukur</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>	<b>Sumber Data</b>
Transfer Pricing	Piutang usaha kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa $TP = \frac{\text{Piutang usaha kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$	Rasio	Sekunder
Lverage	Debt to Equity Ratio = $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio	Sekunder
Tunneling incentive	$TUN = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$	Rasio	Sekunder

Intangible assets	$\text{INTANG} = \frac{\text{Jumlah Assets tidak berwujud}}{\text{Total Assets}}$	Rasio	Sekunder
----------------------	---	-------	----------

Sumber : Data Sekunder, Diolah

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data akan di arahkan untuk menjawab dari sebuah rumusan masalah dan sebuah hipotesis yang telah di rumuskan dalam sebuah penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data yang akan digunakan bersifat kuantitatif dan sumber data yang digunakan ialah merupakan data sekunder. Adapun teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), dan maksimum-minimum. *Mean* digunakan sebagai perkiraan besar rata-rata populasi yang diperkirakan dari sampel. *Standar deviasi* digunakan untuk menilai dispersi rata-rata dari sampel. Maksimum-minimum digunakan untuk melihat nilai minimum dan maksimum dari populasi. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

### 2. Uji asumsi klasik

Terdapat empat macam uji asumsi klasik yang harus dilakukan untuk

melakukan pengujian data pada penelitian ini. Uji asumsi klasik tersebut yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol ( $H_0$ ) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif ( $H_A$ ) untuk data tidak berdistribusi normal. Data dikatakan memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0.05 maka data tersebut di katakana normal dan bahkan sebaliknya jika uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut akan dinyatakan tidak normal atau tidak dapat terdistribusi dengan layak.

#### 2. Uji Multikolonieritas

Tujuan uji *multikolonieritas* adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya *korelasi* antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. *Multikolonieritas* dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang merupakan hal yang saling berlawanan. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya, yaitu nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena

VIF=1/Tolerance). Untuk nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya *multikolonieritas* adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau nilai VIF  $\geq 10$ .

### 3. Uji Autokorelasi

Uji *autokorelasi* bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari *autokorelasi*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *autokorelasi* dapat menggunakan Uji *DurbinWatson* (DW test).

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau dari pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang *homoskedastisitas* atau tidak terjadinya *heteroskedastisitas*. *Homoskedastisitas* terjadi jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Data dikatakan *homoskedastisitas* atau bebas dari *heteroskedastisitas* jika 3 signifikansi pada *abs\_res* yang dihasilkan adalah lebih besar dari 0.05.

## 3. Uji Hipotesis

### 1. Regresi Linear Berganda

Model Regresi Logistik Yang Terbentuk dan Uji Hipotesis Estimasi parameter dapat dilihat melalui koefisien regresi dari tiap-tiap

variabel yang diuji menunjukkan bentuk hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai *probabilitas (sign)* dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05. Apabila terlihat angka signifikan lebih kecil dari 0,05 (*signa*), maka berarti H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap terjadinya variabel terikat. Model regresi logistik yang digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$TP = \alpha + \beta_1 LEV + \beta_2 TUN + \beta_3 INTANG + \varepsilon$$

Keterangan	:
TP	: Transfer Pricing
A	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien regresi
LEV	: Leverage
TUN	: Tunneling Incentive
INTANG	: Intangible Assets
$\varepsilon$	: Koefisien Error

## 2. Koefisien determinasi

*Koefisien determinasi* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai *determinasi* terletak antara besar dan kecil. Jika nilai kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai



mendekati angka besar maka berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. bahwa untuk uji *koefisien determinasi* mempunyai kelemahan penggunaan adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan nilai *adjusted* untuk mengevaluasi model regresi terbaik seperti yang telah dianjurkan oleh para peneliti. Nilai *adjusted* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan bahwa semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  atau  $\text{Sig } F < 5\%$  maka secara bersama-sama variabel bebas atau independen berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen.

### 4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $\text{Sig } t < 5\%$ , maka secara *parsial* variabel

bebas atau independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau dependen.

- b. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel atau  $Sig\ t > 5\%$  maka secara *parsial* variabel bebas atau independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau dependen

