

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME
BONUS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
*TRANSFER PRICING***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri
Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2019-2022)**

SKRIPSI

OLEH :

ELVINA MULIA YOLANDA

20200100165

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2024**

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME
BONUS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
*TRANSFER PRICING***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri
Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2019-2022)**

SKRIPSI

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

OLEH :

ELVINA MULIA YOLANDA

20200100165



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2024**

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elvina Mulia Yolanda
NIM : 20200100165
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

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

Menyetujui,
Pembimbing,



Sutandi, S.E., M.Akt.
NIDN : 0424067806

Tangerang, 18 September 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



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

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Elvina Mulia Yolanda

NIM : 20200100165

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

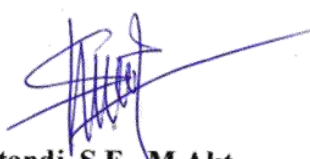
Fakultas : Bisnis

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, 25 Januari 2024

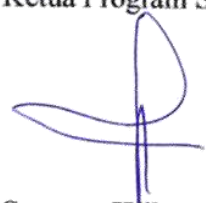
Menyetujui,

Pembimbing,


Sutandi, S.E., M.Akt.
NIDN : 0424067806

Mengetahui,

Ketua Program Studi,


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

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sutandi, S.E., M.Akt.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Elvina Mulia Yolanda

NIM : 20200100165

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

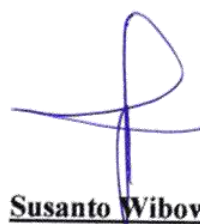
Menyetujui,
Pembimbing,



Sutandi, S.E., M.Akt.
NIDN : 0424067806

Tangerang, 25 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



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

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Elvina Mulia Yolanda
NIM : 20200100165
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Rabu, tanggal 06 Maret 2024.

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



Penguji I : **Peng Wi, S.E., M.Akt.**
NIDN : 0406077607



Penguji II : **Eso Hernawan, S.E., M.M.**
NIDN : 0410067609



Dekan Fakultas Bisnis,



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



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 dipublikasi 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 (kebohongan) pemalsuan, seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau Pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan Keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran 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, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Elvina Mulia Yolanda

NIM : 20200100165

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200100165
Nama : Elvina Mulia Yolanda
Jenjang Studi : S1
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: **“Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2022)”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

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 izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung 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, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Elvina Mulia Yolanda
NIM : 20200100165

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME BONUS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *TRANSFER PRICING*

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan
Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)**

ABSTRAK

Transfer pricing merupakan skema yang dilakukan untuk meminimalisir beban pajak dengan memindahkan keuntungan ke perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 73 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia berdasarkan kriteria tertentu. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier dan pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS Versi 26.

Hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa : (1) Pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, (2) *Tunneling Incentive* berpengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*, (3) Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, (4) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*. (5) Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Kata kunci : Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, *Transfer Pricing*.

THE EFFECT OF TAX, TUNNELING INCENTIVE, BONUS MECHANISM AND FIRM SIZE ON TRANSFER PRICING

***(Empirical Study on Manufacturing Companies in the Basic Industry and
Chemical Sectors Listed on the Indonesian Stock Exchange 2019-2022)***

ABSTRACT

Transfer pricing is a scheme implemented to minimize the tax burden by transferring profits to companies that have a special relationship. This research aims to obtain empirical evidence about the effect of tax, tunneling incentive, bonus mechanism, and firm size on transfer pricing. The population in this study amounted to 73 basic industrial and chemical sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2019-2022. The data used is secondary data by determining the sample of research using purposive sampling method and obtained a sample of 10 basic industrial and chemical sector manufacturing companies based on certain criteria. The data analysis method used is linear regression analysis and data processing is carried out using the SPSS Version 26 application.

The results of the research carried out, the authors can conclude that: (1) Tax has no effect on Transfer Pricing, (2) Tunneling Incentive has a negative effect on Transfer Pricing, (3) Bonus Mechanism has no effect on Transfer Pricing, (4) Firm Size has a positive effect on Transfer Pricing, (5) Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanism and Firm Size jointly influences Transfer Pricing.

Keywords: *Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Firm Size, Transfer Pricing.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktu yang diharapkan. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi program S1 jurusan Akuntansi Keuangan dan Perpajakan pada Universitas Buddhi Dharma.

Penelitian skripsi yang dilakukan oleh penulis berjudul **“Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022).”**

Selama persiapan dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis, terutama kepada :

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

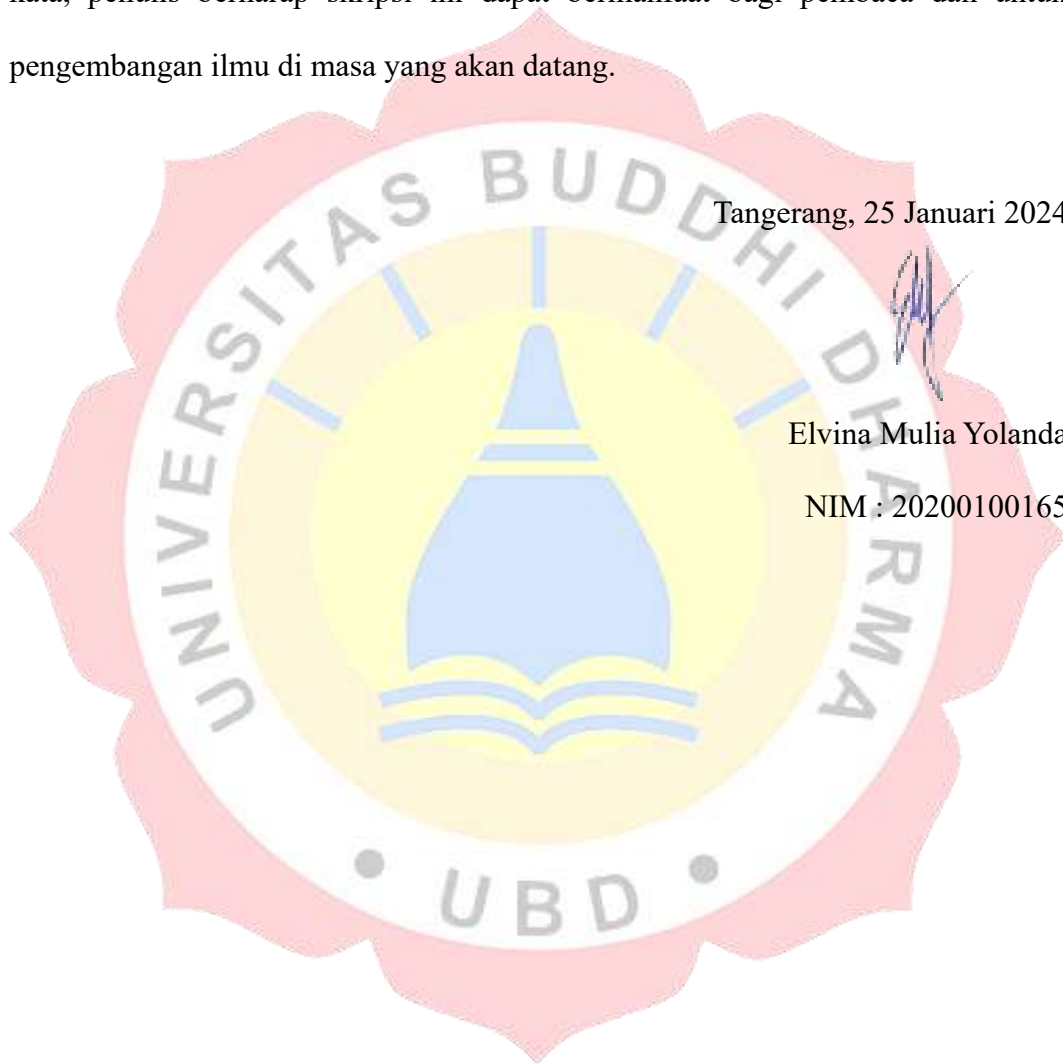
4. Bapak Sutandi, S.E., M.Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengetahuan, kritik dan saran, masukan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktunya.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta seluruh staff pengajar Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Pihak PT. Indonesian Capital Market Electronic Library yang telah memberikan izin riset kepada penulis.
7. Mama tercinta dan Kakak yang bernama Metha Yolanda serta keluarga yang telah mendoakan serta mendukung penulis hingga menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Skripsi (Adelia Deborah, Chris Alviyandy, Christin Mellenia, Stevany serta teman-teman lainnya) yang telah membantu penulis, menyemangati dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran ataupun informasi selama mengerjakan skripsi.
9. Runtika Putri, Amanda dan Aurelia yang membantu dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf sebesar-besarnya apabila terjadi kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Tangerang, 25 Januari 2024

Elvina Mulia Yolanda

NIM : 20200100165



DAFTAR ISI

JUDUL LUAR	Halaman
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7

C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Gambaran Umum Teori	13
1. <i>Agency Theory</i> (Teori Keagenan).....	13
2. <i>Positive Accounting Theory</i> (Teori Akuntansi Positif).....	14
3. Pajak.....	15
4. <i>Tunneling Incentive</i>	20
5. Mekanisme Bonus	22
6. Ukuran Perusahaan.....	24
7. <i>Transfer Pricing</i>	27
B. Hasil Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pemikiran.....	37
D. Perumusan Hipotesa.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Objek Penelitian	44
C. Jenis dan Sumber Data	44

D. Populasi dan Sampel	45
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	48
1. Variabel Independen	48
2. Variabel Dependen (<i>Transfer Pricing</i>)	52
G. Teknik Analisis Data	53
1. Statistik Deskriptif.....	53
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Pengujian Statistik.....	58
4. Pengujian Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	64
1. Variabel Independen	66
2. Variabel Dependen (<i>Transfer Pricing</i>)	71
B. Analisis Hasil Penelitian	73
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	73
2. Uji Asumsi Klasik	76
3. Pengujian Statistik.....	81
C. Pengujian Hipotesis.....	84
1. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	84

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	87
3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	92
D. Pembahasan.....	93
1. Pengaruh Pajak Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	93
2. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	95
3. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	97
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	98
5. Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	100
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel III. 1 Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia....	46
Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel	52
Tabel III. 3 Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson (D-W Test)	58
Tabel IV. 1 Rincian Pengambilan Sampel Penelitian	64
Tabel IV. 2 Hasil Perhitungan Variabel Pajak	66
Tabel IV. 3 Hasil Perhitungan Variabel Tunneling Incentive	68
Tabel IV. 4 Hasil Perhitungan Variabel Mekanisme Bonus	69
Tabel IV. 5 Hasil Perhitungan Variabel Ukuran Perusahaan	70
Tabel IV. 6 Hasil Perhitungan Variabel Transfer Pricing	72
Tabel IV. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	73
Tabel IV. 8 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel IV. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel IV. 10 Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	82
Tabel IV. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	84
Tabel IV. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi X ₁	85
Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi X ₂	86
Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi X ₃	86
Tabel IV. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi X ₄	87
Tabel IV. 17 Hasil Uji Statistik t	88



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II. 1 Kerangka Berfikir	37
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastistas	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Perhitungan Variabel Pajak

Lampiran 2 Hasil Perhitungan Variabel *Tunneling Incentive*

Lampiran 3 Hasil Perhitungan Variabel Mekanisme Bonus

Lampiran 4 Hasil Perhitungan Variabel Ukuran Perusahaan

Lampiran 5 Hasil Perhitungan Variabel *Transfer Pricing*

Lampiran 6 Hasil Olah Data *SPSS Ver. 26*

Lampiran 7 Laporan Keuangan Perusahaan Sampel

Lampiran 8 Tabel *Durbin Watson* 5%

Lampiran 9 Tabel T Hitung

Lampiran 10 Tabel F Hitung

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian baik nasional maupun internasional dalam era globalisasi semakin cepat dan pesat yang berpengaruh pada sikap dan pola para pelaku bisnis tanpa mengenal batasan. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengalami banyak kemajuan salah satunya pada bidang transportasi, yang berguna dalam pendistribusian barang, modal, jasa, modal, tenaga kerja dan hal lainnya yang membantu para pengguna untuk mengembangkan bisnisnya ke pasar global dengan mendirikan cabang perusahaan di berbagai negara, serta melakukan investasi dan beragam transaksi lainnya, sehingga menjadikan perusahaan tersebut menjadi perusahaan multinasional. Dalam perkembangannya terjadi berbagai transaksi antar bagian atau perusahaan yang masih dalam satu grup yang sama sehingga dapat menyulitkan untuk menentukan harga yang harus dibayarkan. Penentuan harga yang wajar untuk transaksi antar divisi atau perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dikenal dengan sebutan *transfer pricing*.

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan dalam menentukan harga yang wajar untuk transaksi antara divisi atau perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. (Cledy & Amin, 2020). Menurut (Gunadi, 2013 dalam Cledy & Amin, 2020) *transfer pricing* adalah harga pemindahan jasa atau barang apapun antara perusahaan

yang berafiliasi atau memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan Undang-undang PPh Pasal 18 ayat (4) menyebutkan hubungan istimewa dapat terjadi antara wajib pajak badan karena adanya keterikatan atau kesinambungan satu dengan yang lain. Penyebab keterikatan dan kesinambungan tersebut yaitu penyertaan modal, kepemilikan saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi. Hubungan istimewa atau biasa dikenal dengan sebutan afiliasi, memudahkan perusahaan untuk menentukan harga yang wajar untuk semua transaksi internal, sehingga tidak terjadi harga yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Kebijakan dan peraturan perpajakan berbeda-beda pada setiap negaranya, terdapat negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah daripada negara lainnya, ataupun sebaliknya yang membuat para pelaku bisnis perusahaan multinasional mengalihkan keuntungannya ke perusahaan yang berada pada negara dengan tarif pajak yang lebih rendah untuk memaksimalkan keuntungan yang diperolehnya secara global dengan melakukan *transfer pricing*. Penerapan *transfer pricing* yang tidak wajar dapat merugikan negara, terutama otoritas pajak yang berusaha memaksimalkan penerimaan negara dari sektor perpajakan yang merupakan salah satu sumber terbesar Anggaran Pembayaan Belanja Negara (APBN) (Prasetio & Mashuri, 2020).

Perusahaan yang memiliki banyak perusahaan baik dalam negeri maupun luar negeri salah satunya yaitu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Industri ini mengubah bahan mentah organik dan non-organik menjadi produk kimia. Produk ini bertujuan untuk meningkatkan perdagangan,

baik dalam negeri maupun internasional, dan mendukung pembangunan di berbagai bidang, seperti manufaktur, pertanian, infrastruktur, dan real estate. Sektor industri dasar dan kimia terdiri dari 9 (Sembilan) sub sektor yang menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan untuk berbagai keperluan, yaitu keramik, semen, porselen dan kaca, kimia, logam dan sejenisnya, plastik dan kemasan, kayu dan pengolahannya, pakan ternak, pulp dan kertas.

PT Toba Pulp Lestari Tbk. yang merupakan salah satu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia diduga melakukan praktik *transfer pricing*. Dalam laporan yang diterbitkan oleh Forum Pajak Berkeadilan, berjudul “Mesin Uang Makau: Dugaan Pengalihan Keuntungan dan Kebocoran Pajak Ekspor Pulp Indonesia”, ditemukan adanya dugaan praktik pengalihan keuntungan dan kebocoran pajak dalam ekspor pulp Indonesia. Laporan tersebut menyebutkan bahwa perusahaan diduga melakukan memindahkan keuntungan (*profit shifting*) dari Indonesia ke negara lain melalui ekspor pulp atau bubur kayu. Pengalihan keuntungan tersebut dilakukan dengan cara menetapkan harga jual yang lebih rendah untuk produk pulp atau bubur kayu yang dijual kepada perusahaan afiliasinya di Makau, yaitu DP Marketing *International Limited* (DP Macau). Potensi kerugian penerimaan pajak Indonesia dari ekspor pulp atau bubur kayu PT Toba Pulp Lestari Tbk. mencapai USD 108 juta atau setara dengan Rp 1,07 triliun sepanjang tahun 2007-2016. Potensi kebocoran pajak tersebut ditemukan setelah Forum Pajak Berkeadilan membandingkan harga ekspor tahunan TPL yang dilaporkan

dalam laporan tahunan perusahaan dengan harga impor tahunan UN Comtrade.
(Forum Pajak Berkeadilan et al, 2020)

Beberapa alasan yang dapat mendorong perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* umumnya dipengaruhi oleh faktor pajak dan non pajak. Perusahaan merupakan salah satu komponen wajib pajak sehingga diharuskan untuk melaksanakan perpajakan sesuai dengan peraturannya. Pajak merupakan alasan umum perusahaan melakukan *transfer pricing*, sehingga muncul banyaknya kecurangan yang bertujuan untuk meminimalkan pembayaran pajak ke negara, mencakup masalah bea cukai, perubahan pengalihan penghasilan dan tentunya perubahan atas dasar pengenaan pajak itu sendiri. Perusahaan multinasional cenderung memindahkan kewajiban perpajakannya ke perusahaan afiliasi yang berada pada negara dengan tarif pajak lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh (Novira et al., 2020) menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, dengan melakukan transaksi antara pihak afiliasi di negara lain untuk mengurangi laba sehingga pajak yang dikenakan akan berkurang. Berbeda dengan hasil penelitian (Prasetio & Mashuri, 2020) yang mengatakan bahwa pajak tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*, beban pajak yang tinggi tidak selalu menjadi faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Tunneling incentive merupakan tindakan pembagian keuntungan, pemindahan asset atau pemberian hak tertentu yang diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa mempertimbangkan hak pemegang saham

minoritas. *Tunneling incentive* adalah masalah keagenan yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas yang mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali untuk keputusan yang dapat menguntungkan diri mereka (Khotimah, 2018). (Wijaya, 2023) menjelaskan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*, semakin tinggi tingkat *tunneling incentive* dapat mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun menurut (Khotimah, 2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Mekanisme bonus adalah suatu strategi dan perhitungan atas imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawannya yang telah memenuhi target perusahaan, seorang karyawan akan memperoleh bonus berdasarkan laba bersih yang telah perusahaan peroleh atau karena telah mencapai sasaran kinerja yang telah ditentukan. Mekanisme bonus yang didasarkan pada laba keseluruhan perusahaan dapat mendorong manajemen untuk melakukan penjualan kepada pihak terafiliasi untuk meningkatkan laba perusahaan. (Saifudin & Putri, 2018) menyatakan bahwa mekanisme bonus memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil berbeda dibuktikan oleh (Novira et al., 2020) yang menyebutkan bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*, karena manajemen perusahaan yang mampu melakukan analisis risiko dengan baik akan menghindari praktik *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan merupakan skala atau nilai yang menunjukkan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan, diukur dengan berbagai cara,

seperti dengan memperhitungkan total aset, kapitalisasi pasar perusahaan maupun penjualan bersih. Kinerja pada perusahaan yang berukuran besar cenderung diperhatikan oleh pihak eksternal seperti masyarakat, sehingga manajemen perusahaan lebih terbuka dan cermat ketika melaporkan laporan keuangan. Sebaliknya, perusahaan kecil yang kurang diperhatikan masyarakat lebih memungkinkan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang baik (Khotimah, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah, 2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing* karena perusahaan besar memiliki dorongan yang lebih kecil untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar lebih transparan dan lebih diawasi oleh investor. Hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cledy & Amin, 2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas serta terjadinya hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Fenomena *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT. Toba Pulp Lestari Tbk dengan menetapkan harga jual pulp yang lebih rendah kepada perusahaan afiliasinya di Makau sehingga menimbulkan kerugian penerimaan pajak Indonesia.
2. Perusahaan melakukan kecurangan untuk penghematan pajak dengan memindahkan laba atau keuntungan perusahaan induk kepada perusahaan afiliasi.
3. Lemahnya perlindungan hak bagi pemegang saham minoritas yang merugikannya dikarenakan pemegang saham mayoritas melakukan *tunneling* yang menguntungkan hanya untuk pemegang saham mayoritas.
4. Kecurangan perusahaan dalam memanipulasi laba yang diperoleh untuk memaksimalkan penerimaan bonus.
5. Ketidaktransparan laporan dan management pada perusahaan kecil yang tidak diperhatikan oleh masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pajak memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
2. Apakah *Tunneling Incentive* memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
3. Apakah Mekanisme Bonus memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
4. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
5. Apakah Pajak, *Tunneling Incentives*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penulis membuat penelitian ini adalah:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.

2. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.
5. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap kemajuan studi akuntansi dan perpajakan dengan memberikan gambaran terkait pengaruh pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* khususnya bagi perusahaan manufaktur.

2. Manfaat Praktis

- a. Regulator, yaitu Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) dan Direktorat Jendral Pajak (DJP). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa pengawasan dan peraturan yang efektif mengenai pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan dapat mengurangi kemungkinan kecurangan dan penyalahgunaan skema *transfer pricing* di Indonesia.
- b. Manajemen, diharapkan dapat memberikan informasi dan saran mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*, sehingga dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih tepat, menghindari potensi terjadinya *transfer pricing* dan menambah kesadaran akan etika bisnis.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan kajian dan referensi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya mengenai topik ini.

F. Sistematika Penelitian

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi dan perumusannya, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab dua menjelaskan mengenai pokok landasan teori yang relevan dengan penelitian, meliputi teori utama, teori pendukung, definisi, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi bentuk penelitian yang digunakan, objek penelitian, definisi operasional variabel dan pengukuran yang digunakan, metode sampling yang digunakan dan kriteria sampel. Bab ini juga akan menguraikan tentang teknik pengumpulan data seperti jenis data, sumber data, dan cara mendapatkan data, serta bab ini terdapat metode analisis data, yang menguraikan tentang metode statistika yang digunakan dalam pengujian hipotesis, beserta batasan-batasannya untuk dasar pengambilan keputusan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan tentang temuan empiris yang diperoleh dalam penelitian, analisis data serta interpretasi hasil pengujian serta pembahasan terhadap hipotesis yang telah diajukan.

BAB V : PENUTUP

Bab lima menguraikan kesimpulan dan saran sebagai bahan analisis yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak lain.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. *Agency Theory* (Teori Keagenan)

Teori Keagenan (*Agency Theory*) merupakan hubungan antar 2 (dua) pihak yang pertama pemilik (*principal*) dan pihak manajemen (*agent*), dimana kedua pihak ini pemakai jasa yang saling sepakat dan terikat. Teori keagenan digunakan untuk memahami hubungan antara agen-agen dan pelaku. Agen mewakili pelaku bisnis transaksi tertentu dan diharapkan untuk mewakili kepentingan terbaik tanpa memperhatikannya dari kepentingan pribadi (Sumarsan, 2021:3). Pemilik perusahaan yaitu pihak yang bertindak sebagai pengawas yang merupakan pihak yang mengeluarkan dan menanamkan dananya sebagai modal suatu perusahaan (pemegang saham), sedangkan pihak yang diawasi yaitu pihak yang mengelola perusahaan dan bertanggung jawab untuk memastikan bawah perusahaan berjalan dengan baik (manajemen).

Teori keagenan mengasumsikan bahwa adanya perbedaan informasi antara pihak pemilik dengan pihak manajemen yang dapat menyebabkan konflik kepentingan. Adanya perbedaan informasi atau perbedaan tujuan dapat menyebabkan penyajian informasi yang tidak sebenarnya dari agen kepada prinsipal, khususnya apabila terdapat informasi yang berkaitan dengan pengukuran kinerja agen.

Hubungan antara teori keagenan dan *transfer pricing* berasal dari prinsip dasar sifat manusia yaitu setiap orang memiliki kecenderungan mementingkan diri sendiri, yang mengarah pada masalah keagenan ketika pihak-pihak dengan kepentingan berbeda berkolaborasi dalam berbagai pembagian tugas. (Indriaswati, 2017 dalam Cledy & Amin, 2020). Pemilik yang tidak menjalankan bisnis secara pribadi mungkin mengalami masalah keagenan. Dengan kekuasaan yang diberikan, manajemen mampu mengabaikan kepentingan pemegang saham dan memanfaatkannya untuk menerapkan *transfer pricing*. (Cledy & Amin, 2020).

2. *Positive Accounting Theory (Teori Akuntansi Positif)*

Teori akuntansi positif (*Positive Accounting Theory*) merupakan tindakan untuk menjelaskan dan memprediksi mengapa perusahaan memilih kebijakan akuntansi tertentu dan bagaimana perusahaan akan merespon terhadap perubahan standar akuntansi (Fauziah & Saebani, 2018). Pendekatan akuntansi positif bertujuan untuk menjelaskan dan memperhitungkan pilihan standar oleh pihak manajemen dengan menganalisis biaya dan keuntungan pengungkapan keuangan tertentu bagi berbagai pihak dan bagaimana hal tersebut memengaruhi alokasi sumber daya dalam perekonomian. Teori positif mengasumsikan bahwa manajer, pemegang saham, dan regulator atau politisi adalah aktor rasional yang berusaha memaksimalkan keuntungan mereka. Keuntungan tersebut dapat berupa imbalan atau bonus, yang pada akhirnya akan berdampak pada

kesejahteraan mereka. Penerapan dari teori ini yaitu hipotesis mengenai mekanisme bonus, menjelaskan bahwa manajemen yang imbalannya berdasarkan bonus akan berusaha untuk meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba sehingga meningkatkan bonus yang akan diterima (Fauziah & Saebani, 2018).

3. Pajak

Pajak merupakan salah satu sumber dana penting bagi negara sebagai penerimaan dana untuk pembiayaan pembangunan negara. Pajak penghasilan merupakan salah satu jenis pajak yang memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara. Menurut (Kurniawan & Limajatini, 2023) pajak merupakan pungutan wajib yang dibayarkan oleh warga negara kepada negara, yang manfaatnya tidak langsung dirasakan oleh pembayar pajak, tetapi digunakan untuk kepentingan umum. Pajak merupakan kewajiban yang timbul berdasarkan undang-undang, yang harus dibayar oleh seseorang yang memenuhi syarat tertentu kepada kas negara, pembayaran ini tidak dapat ditolak dan tidak terdapat imbalan yang diberikan secara langsung melainkan untuk membiayai pengeluaran negara, baik rutin maupun pembangunan dan untuk mencapai tujuan dibidang (Simbolon & Herijawati, 2023). Dalam buku Perpajakan (Narwanti, 2018:1), pengertian pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 yaitu kewajiban yang harus dibayarkan oleh orang pribadi atau badan kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-

undang, dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara demi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat.

Pajak memiliki berbagai macam pengertian yang secara umum memiliki arti yang sama, tertuang dalam penelitian oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Dr. P.J.A Andriani (Ramandey, 2020:1) menyatakan bahwa:

“Pajak adalah pungutan wajib yang terutang dan harus dibayarkan oleh orang atau badan kepada negara berdasarkan peraturan tanpa mendapat imbalan secara langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam menjalankan pemerintahan.”

- b. Menurut Mr. Dr N. J. Fieldman (Revawati et al., 2022:1) menyatakan bahwa:

“Pajak adalah prestasi yang diwajibkan oleh satu pihak dan terutang kepada pihak tersebut (pihak penguasa) berdasarkan peraturan, tanpa terdapat imbalan balik dan digunakan untuk pengeluaran umum.”

- c. Menurut S.I. Djajadiningrat (Hamidah et al., 2023:24-25) menyatakan bahwa:

“Pajak adalah kewajiban yang harus dibayar oleh orang atau badan kepada negara, dikarenakan suatu kejadian/perbuatan tertentu (bukan hukuman) berdasarkan peraturan pemerintah dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dari negara melainkan untuk memelihara kesejahteraan umum.”

- d. Menurut Edwin Robert Anderson Seligman (Narwanti, 2018:1) menyatakan bahwa:

“Pajak adalah *a person's obligatory contribution to the authority or government to provide for the available expenses regarding public's common interest without any reference whatsoever to the given exclusive benefit* “.

a. Fungsi Pajak

Dalam Buku (Narwanti, 2018:30-31), terdapat empat fungsi utama dari pajak yaitu:

1. Fungsi *Budgetair* (Penerimaan)

Fungsi *Budgetair* (penerimaan) yaitu pajak sebagai sumber penerimaan/pendapatan negara yang digunakan untuk pembiayaan kebutuhan negara. Fungsi ini merupakan fungsi utama, menurut fungsi ini pemerintah memerlukan dana untuk membiayai berbagai berbagai kegiatan, seperti pembangunan, pertahanan, dan kesejahteraan masyarakat. Dana tersebut diperoleh dari pajak yang dibayar oleh penduduknya.

2. Fungsi *Regulatory* (Pengaturan)

Fungsi *Regulatory* (Pengaturan) yaitu pajak sebagai alat untuk melaksanakan dan mengatur kebijakan dibidang ekonomi dan sosial. Berdasarkan fungsi ini pemerintah dapat mengatur variabel ekonomi untuk memperbaiki pendapatan dan menjaga stabilitas melalui pengaturan investasi dan konsumsi bagi masyarakat.

3. Fungsi Stabilitas

Fungsi Stabilitas yaitu pajak digunakan sebagai penjaga stabilitas seperti nilai tukar, moneter bahkan keamanan. Pemerintah dapat menetapkan peraturan atau kebijakan untuk dapat menstabilkan ekonomi.

4. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Fungsi Redistribusi Pendapatan yaitu pajak digunakan sebagai sarana pemerataan pendapatan masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lebih dibanding masyarakat lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan keadilan sosial. Bukti nyata dari fungsi ini yaitu tarif pemungutan pajak secara progresif.

b. Asas-Asas Pemungutan Pajak

Dalam Buku (Adam Smith dalam Ramandey, 2020:3), asas-asas pemungutan pajak didasarkan pada:

1. Equality

Pemungutan pajak harus secara adil dan merata, yaitu dengan memperhatikan kemampuan membayar pajak dan manfaat yang diterima. Adil bermakna bahwa setiap wajib pajak menyumbangkan uang untuk pengeluaran pemerintah sebanding dengan kepentingannya dan manfaat yang diminta.

2. Certainty

Penetapan pajak tidak ditetapkan secara sewenang-wenang. Wajib pajak harus memahami dengan jelas apa saja pajak yang

harus dibayarnya, kapan waktu pembayarannya, dan batas waktu pembayarannya.

3. *Convenience*

Waktu pembayaran pajak sebaiknya disesuaikan dengan waktu yang tidak memberatkan wajib pajak, sebagai contoh ketika wajib pajak mendapatkan pendapatan.

4. *Economy*

Secara ekonomi, pemungutan pajak harus dilakukan secara efisien dan efektif, sehingga biaya pemungutan dan pemenuhan pajak bagi wajib pajak dapat seminimal mungkin. Hal ini juga akan mengurangi beban yang dipikul wajib pajak.

c. **Sistem Pemungutan Pajak**

Dalam Buku (Revawati et al., 2022:4-5), sistem pemungutan pajak terdiri dari :

1. *Official Assesment System*

Merupakan sistem pemungutan pajak dimana perhitungan besarnya pajak terutang wajib pajak ditentukan oleh fiskus (aparatur pemungut pajak)

2. *Self-Assesment System*

Merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Wajib pajak memiliki tanggung jawab penuh untuk

menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya sendiri, sedangkan fiskus (pemerintah) hanya hanya berperan sebagai pengawas dan penindak jika wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakannya.

3. *With Holding System*

Merupakan sistem pemungutan pajak yang dilakukan oleh pihak ketiga. Wajib pajak memberikan wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak terutang.

4. *Tunneling Incentive*

Perbedaan kepentingan dan kebutuhan pemegang saham pengendali dengan pemegang saham minoritas dapat menimbulkan suatu konflik, yang disebabkan pemegang saham pengendali lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek, seperti mengambil keuntungan dari sumber daya atau kekayaan perusahaan, daripada mencapai investasi yang menguntungkan dalam jangka panjang. Praktik pengambilan keuntungan sepihak oleh pemegang saham pengendali untuk kepentingannya sendiri yang dibebankan pada pemegang saham minoritas dikenal dengan istilah *tunneling*. *Tunneling* adalah kegiatan pemindahan aset atau keuntungan keluar perusahaan untuk keuntungan pemegang saham pengendali (Johnson et al., 2000 dalam Mineri & Paramitha, 2021). *Tunneling incentive* terjadi dalam dua bentuk, yaitu pemegang saham

pengendali memiliki peluang untuk mengambil alih aset atau keuntungan perusahaan melalui transaksi yang dilakukan antara perusahaan dan dirinya sendiri. Transaksi tersebut baik dalam bentuk penjualan aset, kontrak harga transfer, kompensasi eksekutif, maupun pemberian pinjaman kepada pemegang saham pengendali. Bentuk kedua yaitu pemegang saham pengendali memiliki peluang untuk memperbesar porsi kepemilikannya di perusahaan tanpa memindahkan aset dengan menerbitkan saham baru yang dihargai lebih rendah dari nilai pasarnya atau melakukan transaksi keuangan lainnya yang merugikan pemegang saham minoritas (Ramadhan et al., 2022).

Tunneling Incentive memiliki berbagai macam pengertian yang secara umum memiliki arti yang sama, tertuang dalam penelitian oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut (Hartati et al dalam Mineri & Paramitha, 2021) bahwa:

“*Tunneling incentive* yaitu suatu tindakan pemegang saham mayoritas yang memanfaatkan posisinya untuk mengambil keuntungan dari perusahaan dengan mentransfer aset dan laba perusahaan, akan tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan”.

- b. Menurut (Khotimah, 2018) menyatakan bahwa:

“*Tunneling incentive* adalah masalah keagenan yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas yang mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali untuk keputusan yang dapat menguntungkan diri mereka”.

- c. Menurut (Purwanto & Tumewu dalam Ramadhan et al., 2022) menyatakan bahwa:

“*Tunneling incentive* adalah tindakan pemegang saham mayoritas demi keuntungan mereka sendiri dengan tidak membagikan deviden dan menjual aset atau sekuritas perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari nilai pasarnya kepada perusahaan lain yang mereka miliki.”

- d. Menurut (Chalimatussa'diyah et al., 2020 dalam Alodia Wiharja & Sutandi, 2023) menyatakan bahwa:

“*Tunneling incentive* adalah perilaku pemegang saham pengendali yang merugikan pemegang saham minoritas dengan memindahkan laba dan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi pemegang saham pengendali.”

5. Mekanisme Bonus

Menurut KBBI, bonus merupakan imbalan tambahan yang diberikan kepada karyawan di luar gaji atau upah pokok, sebagai bentuk penghargaan atau motivasi atas kinerja yang baik. Mekanisme bonus merupakan tambahan kompensasi yang diberikan kepada pegawai sebagai penghargaan atas kinerja yang baik dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba adalah cara yang paling umum digunakan perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Namun, karena bonus didasarkan pada laba, direksi atau manajer dapat memanipulasi laba untuk meningkatkan jumlah bonus yang mereka terima, dan ada kalanya dapat menyebabkan kerugian pada salah satu divisi atau subunit perusahaan (Fauziah & Saebani, 2018).

Mekanisme bonus dapat dijadikan sebagai salah satu sistem pemberian kompensasi kepada direksi atau manajemen yang dikaitkan

dengan kinerja perusahaan, terutama laba perusahaan. Kompensasi ini berupa apresiasi perusahaan kepada manajemen dalam menyelaraskan kepentingan perusahaan dengan kepentingan manajer (Rahayu, 2020). Menurut (Putri, 2023) terdapat 2 (Dua) sumber pendanaan bonus yaitu laba *SBU (Strategic Business Unit)* dan laba perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, semakin besar laba yang didapatkan perusahaan maka semakin baik dan tinggi kinerja manajemen perusahaan tersebut sehingga semakin besar bonus yang diberikan kepada manajemen, terutama dewan direksi. Pembayaran bonus biasanya dilakukan dalam dua cara, yaitu pertama adalah dengan pemberian tunai, biasanya melalui remunerasi, atau pemberian harta seperti properti, kendaraan, dan sebagainya, dan kedua adalah pemberian saham.

Mekanisme bonus memiliki berbagai macam pengertian yang secara umum memiliki arti yang sama, tertuang dalam penelitian oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut (Hansen dan Mowen dalam Halim Rachmat, 2019) menyatakan bahwa:

“Mekanisme bonus adalah imbalan yang diberikan kepada manajer oleh pemilik perusahaan, sebagai bentuk penghargaan atas kinerja yang baik. Kinerja yang baik dapat diukur berdasarkan laba bersih, atau target kenaikan laba bersih.”.

- b. Menurut (Batjo & Shaleh, 2018:94) menyatakan bahwa:

“Mekanisme bonus adalah bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan secara langsung, karena perusahaan memperoleh keuntungan secara langsung. “

c. Menurut (Kusuma, 2016 dalam Hurriyati et al., 2020:377)

menyatakan bahwa:

“Mekanisme bonus adalah salah satu dari sekian banyak motif penghitungan yang ada dalam akuntansi yang berfokus pada direksi dan/atau manajemen dengan memberikan imbalan berdasarkan laba bersih perusahaan.”

d. Menurut (Novira et al., 2020) menyatakan bahwa:

“Mekanisme bonus yaitu salah satu strategi perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada manajemen dan direksi, dengan memberikan kompensasi tambahan yang didasarkan pada laba perusahaan.”

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan besarnya, dengan mengukur total aset, nilai buku, nilai pasar saham, dan faktor lainnya (Dewi & Wi, 2018). Semakin besar perusahaan, semakin banyak sumber daya yang dimilikinya. Hal ini membuat perusahaan lebih stabil dan transaksi yang dilakukannya lebih kompleks. Namun, hal ini juga dapat menyebabkan risiko yang lebih tinggi, termasuk kemungkinan untuk memanfaatkan celah dalam transaksi (Niariana & Dian Anggraeni, 2022). Perusahaan besar memiliki reputasi yang tinggi yang perlu dijaga. Sehingga pemimpin

perusahaan besar cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan (Cledy & Amin, 2020).

Ukuran perusahaan memiliki berbagai macam pengertian yang secara umum memiliki arti yang sama, tertuang dalam penelitian oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut (Niariana & Dian Anggraeni, 2022) menyatakan bahwa:
“Ukuran perusahaan adalah gambaran kecil atau besarnya perusahaan dengan melihat total aset atau penjualan bersih pada perusahaan.”
- b. Menurut (Rahayu, 2020:209) menyatakan bahwa:
“Ukuran perusahaan adalah ukuran yang dinilai dari total aset, penjualan, jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar dan faktor lainnya.”
- c. Menurut (Deriah & Suhendra, 2023) menyatakan bahwa:
“Ukuran perusahaan adalah alat ukur yang membagi perusahaan kedalam klasifikasi besar kecilnya perusahaan berdasarkan nilai.”
- d. Menurut (Cledy & Amin, 2020) menyatakan bahwa:
“Ukuran perusahaan adalah skala yang menunjukkan kecil besarnya perusahaan yang diukur dengan berbagai cara, seperti total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*).”

Menurut Undang-undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008, usaha dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang. Usaha yang tergolong dalam usaha mikro yaitu usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki omzet tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan tidak dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang ditetapkan dalam undang-undang.. Usaha yang tergolong dalam usaha kecil yaitu usaha dengan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki omzet tahunan melebihi Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga paling banyak sebesar Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri adalah usaha yang dilakukan oleh individu atau badan yang tidak merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang diatur dalam undang-undang. Usaha yang tergolong dalam usaha menengah yaitu usaha dengan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki omzet tahunan melebihi Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar rupiah) hingga paling banyak sebesar Rp 50.500.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

7. *Transfer Pricing*

Transfer Pricing secara umum merupakan kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transaksi yang terjadi antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak dikatakan memiliki hubungan istimewa jika satu pihak dapat mengendalikan atau secara signifikan mempengaruhi keputusan pihak lain. *Transfer pricing* didefinisikan sebagai penetapan harga atas transaksi yang terjadi antara

unit-unit bisnis dalam suatu perusahaan, dengan tujuan untuk mencatat pendapatan dan biaya secara wajar (Henry Simamora, 1999:272 dalam Tampubolon & Farizi, 2018). Menurut (Plasschaet, 1998 dalam Rachmat, 2019), menjelaskan bahwa *transfer pricing* adalah suatu teknik manipulasi harga yang sistematis untuk mengurangi laba dan menghindari pajak atau bea negara. *Transfer pricing* terjadi ketika jual beli dengan transaksi afiliasi sehingga muncul piutang pihak berelasi dalam mengukur indikasi transfer pricing menggunakan total piutang pihak berelasi dibagi total piutang (Wiharja & Sutandi, 2023)

Berdasarkan PMK No 22 tahun 2020, terdapat lima metode penentuan dari *transfer pricing*, yaitu:

1. Metode *Comparable Uncontrolled Price (CUP)*

Merupakan metode yang menentukan harga suatu barang atau jasa yang wajar berdasarkan perbandingan dengan harga barang atau jasa sejenis yang ditransaksikan oleh pihak afiliasi dengan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

2. Metode *Resale Price Method (RPM)*

Merupakan metode yang menentukan harga transfer dengan membandingkan laba kotor yang didapatkan dari transaksi antar unit bisnis dalam satu perusahaan, dengan laba kotor yang didapatkan dari transaksi dengan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

3. Metode *Cost Plus (C+)*

Merupakan metode yang menentukan harga transfer dengan membandingkan tingkat laba margin yang didapatkan dari transaksi antar unit bisnis dalam satu perusahaan, dengan tingkat laba margin yang didapatkan dari transaksi dengan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

4. Metode Dalam Penilaian Bisnis (*Business Valuation*)

Merupakan metode dilakukan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang mengatur mengenai standar penilaian yang berlaku, dan sesuai untuk karakteristik transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa.

5. Metode Lainnya

Metode lainnya ini meliputi metode laba bersih transaksional (*transactional net margin method*), metode pembagian laba (*profit split method*), metode perbandingan transaksi independen (*comparable uncontrolled transaction method*), dan metode dalam penilaian harta berwujud dan/atau harta tidak berwujud (*tangible asset and intangible asset valuation*).

Menurut (Zain, 2003:297-298 dalam Tampubolon & Farizi, 2018:8) menyatakan bahwa *transfer pricing* bertujuan untuk:

1. Meningkatkan penghasilan global secara maksimal
2. Menjaga keunggulan kompetitif anak/cabang perusahaan dan meningkatkan pangsa pasar
3. Evaluasi kinerja anak/cabang perusahaan manca negara

4. Penghindaran pengendalian devisa
5. Mengendalikan kredibilitas asosiasi
6. Meningkatkan bagian laba *joint venture*
7. Mengurangi risiko moneter
8. Mengamankan *cash flow* anak/cabang diluar negeri.

Dengan demikian tujuan *transfer pricing* secara perpajakan dapat digunakan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang beroperasi secara multinasional, dengan cara memindahkan beban pajak dari negara dengan tarif pajak yang tinggi ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Dengan melakukan hal ini, potensi negara untuk menerima pajak secara khusus akan berkurang. Di sisi lain, secara bisnis perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya, termasuk efisiensi pembiayaan dan dalam hal pembayaran pajak perusahaan.

Sedangkan tujuan *transfer pricing* secara non-perpajakan, yaitu dapat digunakan untuk mentransmisikan data keuangan antar unit bisnis dalam satu perusahaan, untuk mencatat transaksi barang dan jasa yang dipertukarkan. *Transfer pricing* juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi atau departemen, dan untuk memotivasi divisi penjual dan divisi pembeli untuk membuat keputusan yang menguntungkan perusahaan secara keseluruhan, termasuk keputusan untuk melakukan transaksi lintas batas.

Transfer pricing memiliki berbagai macam pengertian yang secara umum memiliki arti yang sama, tertuang dalam penelitian oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut (Tampubolon & Farizi, 2018:10) menyatakan bahwa:
 “*Transfer pricing* merupakan transaksi pertukaran barang atau jasa yang terjadi di antara dua organisasi yang berbeda yang tergabung dalam suatu grup bisnis.”
- b. Menurut (Bunjamin & Wisanggeni, 2019:78) menyatakan bahwa:
 “*Transfer pricing* yaitu suatu kebijakan perusahaan pada saat menentukan harga transfer transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh suatu perusahaan.”
- c. Menurut (Kumalasari & Alfandia, 2020:112) menyatakan bahwa:
 “*Transfer pricing* merupakan harga atas transfer barang atau jasa dengan nama dan dalam bentuk apapun antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (*associates*) baik terjadi di dalam negeri maupun di luar negeri.”
- d. Menurut (Pamela et al., 2020) menyatakan bahwa:
 “*Transfer pricing* merupakan sebuah strategi untuk mengurangi beban pajak tanggungan dengan memindahkan keuntungan perusahaan ke perusahaan lain yang berlokasi di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah..”

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, sehingga perlu dilakukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian tersebut untuk memahami fenomena yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh (Pamela et

al., 2020) membuktikan bahwa pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan *leverage* dan mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

(Cledy & Amin, 2020) membuktikan bahwa pajak dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Tetapi *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (Saifudin & Putri, 2018) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pajak dan *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetio & Mashuri, 2020) menjelaskan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan pajak dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Khotimah, 2018) membuktikan bahwa beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Menurut (Novira et al., 2020) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *intangible assets* berpengaruh signifikan positif terhadap *transfer pricing*. Tetapi pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. (Cahyadi & Noviari, 2018) menyebutkan bahwa pajak, profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Menurut (Hertanto et al., 2023) menyatakan bahwa *effective tax rate* berpengaruh positif, sedangkan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. (Rachmat, 2019) menjelaskan bahwa pajak dan mekanisme bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. (Wijaya, 2023) menjelaskan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, tetapi mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Tabel II. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ria Pamela, Suropto, dan M. Iqbal Harori (2020)	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)	Variabel Independen : -Pajak -Profitabilitas - <i>Leverage</i> -Ukuran Perusahaan -Mekanisme Bonus Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak positif berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
2.	Helti Cledy dan Muhammad Nuryatno Amin (2020)	Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap	Variabel Independen: -Pajak -Ukuran Perusahaan -Profitabilitas	-Pajak signifikan berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Ukuran Perusahaan

		Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	- <i>Leverage</i> Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
3.	Saifudin, Luky dan Septiani Putri (2018)	Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada Emiten BEI	Variabel Independen: -Determinasi Pajak -Mekanisme Bonus - <i>Tunneling Incentive</i> Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
4.	Juang Prasetyo, Ayunita Ajengtiyas dan Saputri Mashuri (2020)	Pengaruh Pajak, Profitabilitas dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Independen : -Pajak -Profitabilitas -Kepemilikan Asing Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
5.	Siti Khusnul Khotimah (2018)	Pengaruh Beban Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan	Variabel Independen : -Beban Pajak - <i>Tunneling Incentive</i> -Ukuran Perusahaan	-Beban Pajak berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .

		Dalam Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)	Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
6.	Anggun Rizki Novira, Leny Suzan, and Ardan Gani Asalam. (2020)	Pengaruh Pajak, <i>Intangible Assets</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)	Variabel Independen : -Pajak - <i>Intangible Assets</i> -Mekanisme Bonus Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Intangible Assets</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
7.	Anisa Sheirina Cahyadi dan Naniek Noviani (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Pada Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Independen : -Pajak - <i>Exchange Rate</i> -Profitabilitas - <i>Leverage</i> Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Leverage</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Exchange Rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .

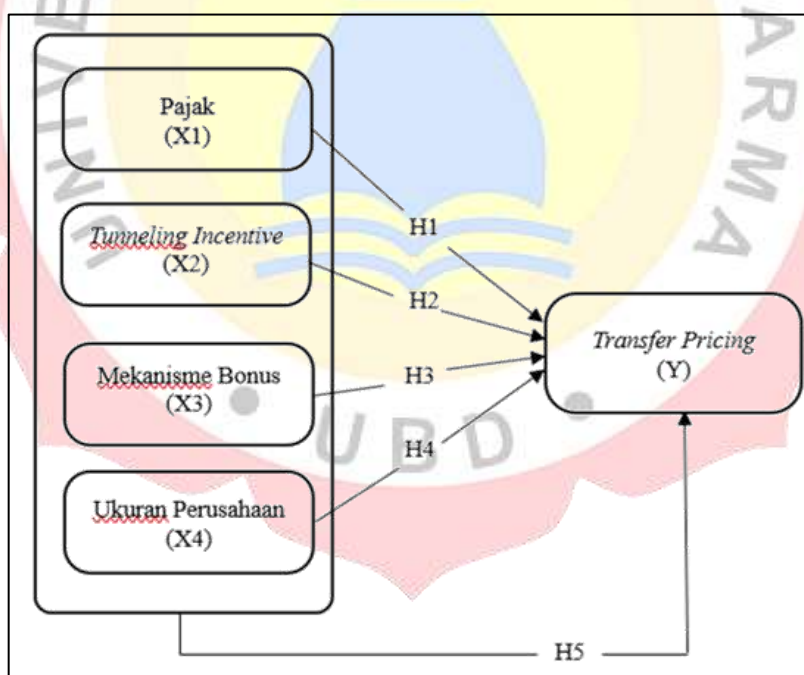
8.	Andika Dwi Hertanto, Amor Marudha, Idel Eprianto, Cris Kutandi (2023)	Pengaruh <i>Effective Tax Rate</i> , Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	Variabel Independen : - <i>Effective Tax Rate</i> -Mekanisme Bonus - <i>Tunneling Incentive</i> Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	- <i>Effective Tax Rate</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . - <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
9.	Radhi Abdul Halim Rachmat (2019)	Pajak, Mekanisme Bonus dan <i>Transfer Pricing</i>	Variabel Independen : -Pajak -Mekanisme Bonus Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	-Pajak berpengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
10.	Senny Wijaya	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus Dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek	Variabel Independen : - <i>Tunneling Incentive</i> -Mekanisme Bonus -Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: - <i>Transfer Pricing</i>	- <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> . -Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> .

		Indonesia Tahun 2019- 2021)		
--	--	-----------------------------------	--	--

Sumber : Referensi, data diolah penulis

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu model yang menggambarkan hubungan antara teori dan faktor-faktor yang terkait dengan masalah penelitian. Model ini menjelaskan bagaimana variabel-variabel tersebut saling berhubungan, dan disusun berdasarkan teori atau penelitian sebelumnya. Dengan demikian, kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Sumber : Data diolah Penulis, 2023

Gambar II. 1
Kerangka Berfikir

D. Perumusan Hipotesa

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan pungutan wajib yang dibayarkan oleh warga negara kepada negara, yang manfaatnya tidak langsung dirasakan oleh pembayar pajak, tetapi digunakan untuk kepentingan bersama. Pajak menjadi faktor yang dominan dalam penerimaan negara, sehingga sering menjadikan konflik antara perusahaan dengan pemerintah. Besar maupun kecilnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan ditentukan oleh besarnya laba yang diperoleh perusahaan selama periode tersebut. Pembayaran pajak yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk melakukan upaya penghindaran pajak dengan mentransfer laba ke perusahaan afiliasi yang memiliki kewajiban pajak dengan tarif yang lebih rendah. Beban pajak yang besar inilah memicu perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan tujuan meminimalkan beban pajak perusahaan yang harus dibayarkan sehingga mengoptimalkan laba perusahaan (Cledy & Amin, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah, 2018) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H₁ : Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

2. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Tunneling incentive merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas berupa pemindahan berbagai sumber daya seperti aliran kas, aset maupun ekuitas keluar perusahaan untuk kepentingannya. Suatu pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh kepemilikan saham didalam suatu perusahaan dan banyak sekali konflik keagenan ini yang cenderung terkonsentrasi yang menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Transaksi penjualan atau pembelian ke perusahaan afiliasi dengan harga yang tidak wajar, dilakukan untuk kekuasaan dan insentif kepentingan pemegang saham pengendali tanpa memperhatikan pemegang saham minoritas (Khotimah, 2018). Hasil penelitian (Hertanto et al., 2023) menyatakan bahwa meningkatnya tingkat *tunneling incentive* akan mengurangi kebutuhan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini karena insentif tersebut dapat mengurangi ketersediaan dana usaha, sehingga perusahaan tidak perlu lagi menggunakan *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba. Pemegang saham dengan kepemilikan saham yang besar memiliki kepentingan yang lebih besar terhadap perusahaan, sehingga mereka cenderung menghindari praktik *transfer pricing* yang dapat merugikan perusahaan (Darma, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Hertanto et al., 2023) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H₂ : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus merupakan strategi perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada pegawai, dengan memberikan kompensasi tambahan yang didasarkan pada laba perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan sehingga dapat meningkatkan laba tahunan, perusahaan sering menggunakan bonus. Manajer perusahaan pada hakikatnya juga menginginkan penerimaan bonus yang besar dari perusahaan, salah satunya dengan cara melaporkan laba yang tidak sesuai dengan kenyataan (Saifudin & Putri, 2018). Penelitian lain yang dilakukan oleh (Rachmat, 2019) menunjukkan bahwa pemberian bonus dapat meningkatkan kinerja perusahaan, yang dilakukan oleh manajemen dengan meningkatkan laba perusahaan setiap tahunnya. Untuk memperoleh bonus yang lebih besar maka manajer akan berusaha untuk membuat atau merekayasa laba perusahaan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh (Saifudin & Putri, 2018) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H₃ : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan merupakan nilai atau skala yang menunjukkan besar-kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan

berbagai cara, antara lain dengan total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung menghindari praktik perataan laba dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, karena perusahaan besar lebih transparan dan lebih diawasi oleh investor (Khotimah, 2018). Kebanyakan perusahaan besar memiliki pengawasan yang lebih ketat dibandingkan perusahaan lainnya, terlebih perusahaan yang sudah dikenal masyarakat sehingga perusahaan memilih untuk tidak mengambil tindakan beresiko yang tidak sesuai dengan peraturan. Penelitian yang dilakukan oleh (Pamela et al., 2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H₄ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

5. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan salah satu faktor yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dengan laba perusahaan yang tinggi maka pajak yang akan dibayarkan menjadi lebih tinggi juga, sehingga perusahaan akan melakukan *transfer pricing* untuk memindahkan labanya ke perusahaan anak atau afiliasi. Faktor lainnya yang dapat mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* digunakan untuk mentransfer kekayaan pemegang saham pengendali keluar perusahaan demi

kepentingannya tanpa mempertimbangkan kepentingan pemegang saham minoritas. Dengan adanya pemberian bonus kepada direksi atau manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan laba perusahaan menjadi naik. Mekanisme bonus ini juga merupakan salah satu alasan yang menyebabkan dilakukannya *transfer pricing*. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut akan semakin banyak menerima perhatian dari masyarakat. Semakin kecilnya perusahaan maka masyarakat tidak akan menaruh perhatian terhadap perusahaan tersebut dan meningkatkan manajemen untuk dapat melakukan *transfer pricing*.

H₅ : Pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data-data numerik untuk menguji hipotesis. Data-data tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk memperoleh hasil yang kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan. Berdasarkan metodenya, penelitian ini mengkaji kejadian masa lampau secara sistematis dan objektif yaitu berupa laporan keuangan masa lalu perusahaan. Berdasarkan sumber datanya, penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh orang lain sebelumnya. Data sekunder tersebut diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, laporan keuangan, dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (Independen) dan variabel terikat (Dependen), serta mengetahui hubungan kuasalitas. Hubungan kuasalitas ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana variabel independen, yaitu pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan, berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu *transfer pricing*.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dan perhatian dalam penelitian. Objek penelitian ini dipelajari untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. Sektor industri dasar dan kimia ini terdiri dari 9 (Sembilan) sub sektor, yaitu keramik, semen, porselen dan kaca, kimia, logam dan sejenisnya, plastik dan kemasan, kayu dan pengolahannya, pakan ternak, pulp dan kertas. Faktor-faktor yang akan diuji pengaruhnya dalam penelitian ini terhadap *Transfer Pricing* terdiri dari Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022. Data tersebut diambil secara konsisten dari tahun ke tahun. Data yang diperoleh adalah data *time series* yaitu data yang dikumpulkan secara berkala (mingguan, bulanan, dan tahunan) untuk menggambarkan perubahan suatu fenomena tertentu.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu data dari laporan keuangan masing-masing perusahaan yang diterbitkan setiap akhir tahun selama periode penelitian 2019-2022. Data yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), dan studi pustaka. Studi pustaka dilakukan dengan membaca dan mendalami literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup penelitian yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sudaryana & Agusiady, 2022:34). Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sudaryana & Agusiady, 2022:36). Adapun kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022;

2. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut selama periode 2019-2022;
3. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang menerbitkan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 Desember selama periode 2019-2022;
4. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia mengalami laba atau tidak mengalami kerugian selama periode 2019-2022;
5. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang memiliki piutang pihak berelasi selama periode 2019-2022;
6. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang menghasilkan beban pajak penghasilan selama periode 2019-2022;
7. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang tidak memiliki kesenjangan data dalam laporan keuangan selama periode 2019-2022.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, terdapat 10 perusahaan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel III. 1
Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ALDO	PT. Alkindo Naratama Tbk
2	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk
3	EKAD	PT. Ekadharma International Tbk

4	INCI	PT. Intan Wijaya International Tbk
5	INKP	PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
6	INTP	PT. Indocement Tungal Prakasa Tbk
7	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk
8	MDKI	PT. Emdeki Utama Tbk
9	PBID	PT. Panca Budi Idaman Tbk
10	UNIC	PT. Unggul Indah Cahaya Tbk

Sumber : BEI, data diolah 2023

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi kunci utama dalam penelitian, karena data merupakan sumber informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Data kuantitatif dikumpulkan dengan cara mempelajari laporan keuangan sampel (Observasi dokumen). Berdasarkan sumber datanya, pengumpulan data menggunakan data sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber kajian yang diperoleh dari pihak yang tidak ikut serta secara langsung pada waktu kejadian, misalnya dari dokumen buku (Sudaryana & Agusiady, 2022:19). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang konsisten terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022 dan telah dipublikasikan. Data sekunder mangacu pada pengetahuan atau informasi yang peroleh oleh orang lain (Sudaryana &

Agusiady, 2022:19). Setelah diperoleh data sekunder, pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah penjelasan yang lebih spesifik tentang suatu konsep atau variabel, sehingga dapat diukur secara objektif. Definisi operasional variabel menjelaskan secara spesifik tentang bagaimana variabel tersebut diukur, sehingga memungkinkan peneliti lain untuk mengulangi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran yang lebih baik.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel independen (Bebas) dan variabel dependen (Terikat). Variabel independen terdiri dari 4 (Empat) variabel, yaitu pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen yaitu *transfer pricing*.

1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel dependen atau variabel lainnya. Variabel independen disebut juga variabel bebas. Variabel indenpenden yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu, pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan.

a. Pajak

Pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan oleh orang pribadi atau badan kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung serta digunakan untuk membiayai pengeluaran negara demi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Pajak pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi rasio (*ETR*) *Effective Tax Rate* atau tarif pajak efektif. *Effective Tax Rate* pada dasarnya menunjukkan jumlah persentase atas besaran pajak yang harus dibayar oleh perusahaan serta seberapa baik suatu perusahaan mengelola pajak. Rumus skala rasio untuk menghitung *effective tax rate* adalah sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber : Cledy & Amin, 2020

Keterangan :

- *ETR* = *Effective Tax Rate* (Tarif Pajak Efektif)

b. *Tunneling Incentive*

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku pemegang saham mayoritas yang memanfaatkan posisinya untuk mengambil keuntungan dari perusahaan dengan mentransfer aset dan laba perusahaan, akan tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung

biaya yang dibebankan. *Tunneling incentive* didasarkan pada kepemilikan saham yang besarnya melebihi 20%. Menurut PSAK no. 15, jika kepemilikan modal suatu entitas mencapai atau melebihi 20%, maka entitas tersebut dianggap memiliki pengaruh signifikan langsung atau tidak langsung terhadap entitas lain. Rumus skala rasio untuk menghitung *tunneling incentive* adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Khotimah, 2018

Keterangan :

- *TUN* = *Tunneling Incentive*

c. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah strategi perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada manajemen dan direksi, dengan memberikan kompensasi tambahan yang didasarkan pada laba perusahaan. Sistem pemberian kompensasi bonus yang berorientasi pada laba dapat menyebabkan manajer melakukan rekayasa laporan keuangan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Mekanisme bonus pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi rasio (ITRENDLB) Indeks Tren Laba Bersih. Rumus skala rasio untuk menghitung mekanisme bonus adalah sebagai berikut :

$$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Net income in year } t}{\text{Net income in year } t-1}$$

Sumber : Novira et al, 2020

Keterangan :

- ITRENDLB = Indeks Tren Laba Bersih
- *Net Income in year t* = Laba bersih tahun t
- *Net Income in year t-1* = Laba bersih tahun t-1

d. Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan skala yang menunjukkan kecil besarnya perusahaan yang diukur dengan berbagai cara, seperti total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*). Ukuran perusahaan mempengaruhi sistem manajemen dan laba perusahaan. Perusahaan besar memiliki sistem manajemen yang lebih kompleks dan laba yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan *logaritma natural* dari total aset perusahaan. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$SIZE = Ln (\text{Total Aset})$$

Sumber : Wijaya, 2023

Keterangan :

- *SIZE* = Ukuran Perusahaan
- *Ln (Total Aset)* = Logaritma natural dari total aset

2. Variabel Dependen (*Transfer Pricing*)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau independen. *Transfer pricing* merupakan variabel dependen pada penelitian ini. *Transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga transaksi yang terjadi dalam perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau berelasi. *Transfer pricing* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi rasio (*RPT*) *Related Party Transaction* atau nilai transaksi pihak berelasi. Penjualan kepada pihak berelasi dapat digunakan untuk melakukan *transfer pricing*. Anak perusahaan menjual produk kepada induk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pokok penjualan, sehingga perusahaan anak tersebut mengalami kerugian dan tidak dikenakan pajak. Rumus skala rasio untuk menghitung *related party transaction* adalah sebagai berikut :

$$RPT = \frac{\text{Total Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

Sumber : Ramadhan et al., 2022

Keterangan :

- *RPT* = *Related Party Transaction* (Nilai Transaksi Pihak Berelasi)

Tabel III. 2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1.	Pajak (X ₁)	<i>ETR</i> = Beban Pajak Penghasilan / Laba Sebelum Pajak	Skala Rasio	Laporan Keuangan

2.	<i>Tunneling Incentive</i> (X_2)	TUN = Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar / Jumlah Saham Beredar	Skala Rasio	Laporan Keuangan
3.	Mekanisme Bonus (X_3)	ITRENDLB = <i>Net income in year t / Net income in year t-1</i>	Skala Rasio	Laporan Keuangan
4.	Ukuran Perusahaan (X_4)	SIZE = Ln (Total Aset Perusahaan)	Skala Rasio	Laporan Keuangan
5.	<i>Transfer Pricing</i> (Y)	RPT = Total Piutang Pihak Berelasi / Total Piutang	Skala Rasio	Laporan Keuangan

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh setiap variabel. Alat bantu dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 26 (*Statistical Package for Social Science ver. 26*). Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bagian dari statistika yang mempelajari cara-cara untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data dengan melihat hasil dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2021:19). Kegiatan-kegiatan dalam statistik deskriptif antara lain adalah kegiatan pengumpulan data, pengelompokan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta pembuatan grafik, diagram dan gambar. Tujuan statistik deskriptif adalah untuk menyajikan data dalam

bentuk yang mudah dipahami dan memberikan informasi yang bermanfaat. Dalam penelitian ini, uji statistik deskriptif akan menghasilkan range, nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi yang mendeskripsikan setiap variabel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian uji yang dilakukan untuk memeriksa kualitas data sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk dianalisis.

a. Uji Normalitas

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas data adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal. Nilai residual yang tidak berdistribusi normal dapat menyebabkan uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Ghozali, 2021:196).

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan nilai *skewness* dari residual. Nilai *kurtosis* dan nilai *skewness* dapat memberikan gambaran kasar tentang distribusi residual. Jika nilai *kurtosis* dan nilai *skewness* berada dalam rentang yang wajar, maka residual dapat dikatakan berdistribusi normal.

Namun, untuk memastikan distribusi normalitas residual, maka dapat dilakukan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dasar pengambilan keputusan analitisik statistik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu :

- Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka data terdistribusi tidak normal.
- Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar sama dengan dari 0,05, maka data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik harus memiliki variabel independen yang tidak saling berkorelasi. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka model regresi tersebut tidak dapat menghasilkan estimasi yang akurat.

Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* menunjukkan porsi variabilitas variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah berarti porsi variabilitas variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya juga rendah. Hal ini menyebabkan nilai *VIF* yang tinggi. Berdasarkan (Ghozali,

2021:157), dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolonieritas yaitu :

- Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terdapat multikolonieritas.
- Apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari *residual* berbeda untuk setiap pengamatan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021:178).

Cara untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas dalam penelitian adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya). Berdasarkan

(Ghozali, 2021:178) syarat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada sebuah model regresi dengan *scatterplot* yaitu :

- Apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* membentuk pola tertentu yang teratur, seperti pola gelombang, pola melebar kemudian menyempit, atau pola zig-zag, maka hal tersebut mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- Apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak membentuk pola yang jelas dan menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu Y, maka hal tersebut mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah kesalahan pengganggu dalam model regresi dipengaruhi oleh kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika kesalahan pengganggu dipengaruhi oleh kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, maka hal tersebut mengindikasikan adanya masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi tanpa autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu saling berkaitan satu sama lain (Ghozali, 2021:162). Cara untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel III. 3
Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson (D-W Test)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Ghozali, 2021:162

Penulis pada penelitian ini menggunakan uji keputusan DW jika $du < d < 4 - du$ yang berarti bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif dalam penelitian.

3. Pengujian Statistik

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen. Tujuannya adalah untuk memperkirakan atau memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2021:145).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda karena memiliki variabel independen yang

lebih dari satu. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 ETR + \beta_2 TUN + \beta_3 ITRENDLB + \beta_4 SIZE + e$$

Keterangan :

- Y = *Transfer Pricing*
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien variabel independen pajak
- β_2 = Koefisien variabel independen *tunneling incentive*
- β_3 = Koefisien variabel independen mekanisme bonus
- β_4 = Koefisien variabel independen ukuran perusahaan
- ETR = *Effective Tax Rate* atau tarif pajak efektif
- TUN = *Tunneling Incentive*
- $ITRENDLB$ = Indeks Trend Laba Bersih atau Mekanisme bonus
- $SIZE$ = *Size* atau Ukuran Perusahaan
- e = error

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak terlalu baik dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu

menunjukkan bahwa variabel independen sangat baik dalam menjelaskan variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) memiliki kelemahan mendasar, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat, meskipun variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted* R^2 untuk mengevaluasi model regresi terbaik. Nilai *Adjusted* R^2 tidak memiliki kelemahan tersebut, karena nilainya dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. (Ghozali, 2021:147).

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji statistik t merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan alfa 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, tetapi jika probabilitas $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021:148-149). Adapun langkah-langkah uji t yaitu:

1. Merumuskan hipotesis

- a. Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji adalah variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Hipotesis alternatif (H_a) yang hendak di uji adalah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Menentukan nilai signifikansi dan t hitung

Signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% (lima persen). Lihat angka yang dihasilkan pada kolom t kemudian *Sig* pada *output Coefficients*.

3. Menentukan nilai t tabel

4. Kriteria pengujian dalam membuat kesimpulan

- a. Apabila nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima
- b. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima

Berdasarkan signifikansi :

- a. Apabila $Sig \geq 0,05$ maka H_0 diterima.
- b. Apabila $Sig < 0,05$ maka H_a diterima.

5. Membuat Kesimpulan.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F atau ANOVA merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. (Ghozali, 2021:148). Apabila nilai signifikansi uji F kurang dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Artinya, seluruh variabel

independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi uji F lebih besar atau sama dengan 0,05, maka model regresi dikatakan tidak signifikan. Artinya, seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah uji f yaitu :

1. Merumuskan hipotesis
 - a. Hipotesis nol (H_0) : Pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.
 - b. Hipotesis alternatif (H_a) : Pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*
2. Menentukan nilai signifikansi dan F hitung

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% (lima persen). Lihat angka yang dihasilkan pada kolom F kemudian *Sig* pada *output* ANOVA.
3. Menentukan nilai F tabel
4. Kriteria pengujian dalam membuat kesimpulan
 - a. Apabila nilai F hitung $< F$ tabel dan $Sig \geq 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama.

- b. Apabila nilai F hitung $> F$ tabel dan $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga terdapat pengaruh secara bersama-sama

5. Membuat Kesimpulan.

