

**PENGARUH *PROFITABILITY*, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT, *EXCHANGE RATE* DAN *BONUS
MECHANISM* TERHADAP *TRANSFER PRICING*
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2019-2022)**

SKRIPSI

OLEH :

STEVANNI

20200100073

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2024**

**PENGARUH *PROFITABILITY*, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT, *EXCHANGE RATE* DAN *BONUS
MECHANISM* TERHADAP *TRANSFER PRICING*
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2019-2022)**

SKRIPSI

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

OLEH :

STEVANNI

20200100073



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2024**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Stevanni
NIM : 20200100073
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

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

Tangerang, 22 September 2023

Menyetujui,

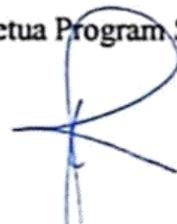
Pembimbing,



Ety Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



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



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Disusun oleh,

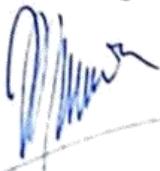
Nama Mahasiswa : Stevanni
NIM : 20200100073
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 08 Januari 2024

Menyetujui,

Pembimbing,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001

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 : Etty Herijawati, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Stevanni

NIM : 20200100073

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Tangerang, 08 Januari 2024

Menyetujui,

Pembimbing,



Etty Herijawati, S.E., M.M.
NIDN : 0416047001

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



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



**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Stevanni
NIM : 20200100073
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat "**DENGAN PUJIAN**" oleh Tim Penguji pada hari Senin, tanggal 26 Februari 2024

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



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




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

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 dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (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, 08 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Stevanni
NIM : 20200100073

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200100073
Nama : Stevanni
Jenjang Studi : Strata 1
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: "Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 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 ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Maret 2024

Penulis



(Stevanni)

PENGARUH *PROFITABILITY*, *TUNNELING INCENTIVE*, *DEBT COVENANT*, *EXCHANGE RATE* DAN *BONUS MECHANISM* TERHADAP *TRANSFER PRICING* PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2022)

ABSTRAK

Dalam makna pejoratif, *transfer pricing* digunakan perusahaan sebagai strategi untuk melakukan penghindaran pajak melalui transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa, guna memperkecil jumlah pajak yang harus dibayarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022 dengan jumlah sampel sebanyak 52 melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t parsial dan uji f simultan dimana pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *profitability* dan *exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive*, *debt covenant*, dan *bonus mechanism* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara simultan, *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kata kunci : *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate, Bonus Mechanism, Transfer Pricing*

THE EFFECT OF PROFITABILITY, TUNNELING INCENTIVES, DEBT COVENANTS, EXCHANGE RATES AND BONUS MECHANISMS ON TRANSFER PRICING (EMPIRICAL STUDY ON MANUFACTURING COMPANIES IN THE CONSUMER GOODS INDUSTRY SECTOR LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE DURING THE PERIOD 2019-2022)

ABSTRACT

In a pejorative sense, transfer pricing is used by companies as a strategy to avoid taxation through transactions between parties with special relationships in order to reduce the amount of tax payable. The research aims to find out the impact of profitability, tunneling incentives, debt covenants, exchange rates, and bonus mechanisms on transfer pricing. This research uses a quantitative approach. The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2019–2022, with a sample amount of 52 through purposive sampling techniques. The analytical method used is a double linear regression analysis, partial t test, and simultaneous f test where data processing is performed using the SPSS 25 program. The results of this study indicate that partially, profitability and exchange rates have an effect on transfer pricing, while tunneling incentives, debt covenants, and bonus mechanisms have no effect on transfer pricing. Simultaneously, profitability, tunneling incentives, debt covenants, exchange rate, and bonus mechanisms have an effect on transfer pricing.

Keywords : Profitability, Tunneling Incentives, Debt Covenants, Exchange Rates, Bonus Mechanisms, Transfer Pricing

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)”. Skripsi ini dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi akuntansi fakultas bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tentunya karena bantuan dari berbagai pihak yang membantu penulis selama penyusunan skripsi ini serta memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Limanjatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
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 Jurusan Akuntansi (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.

4. Ibu Etty Herijawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh jajaran dosen dan staff Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
7. Teman dekat penulis yaitu Graciela Winata, Natalia, Josua, Theo, dan Timotius, serta rekan kantor penulis dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis, sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan untuk membantu penulis di masa yang akan datang.

Penulis juga ingin memohon maaf sebesar-besarnya, apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif sebagaimana mestinya. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Tangerang, 08 Januari 2024



Stevanni

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

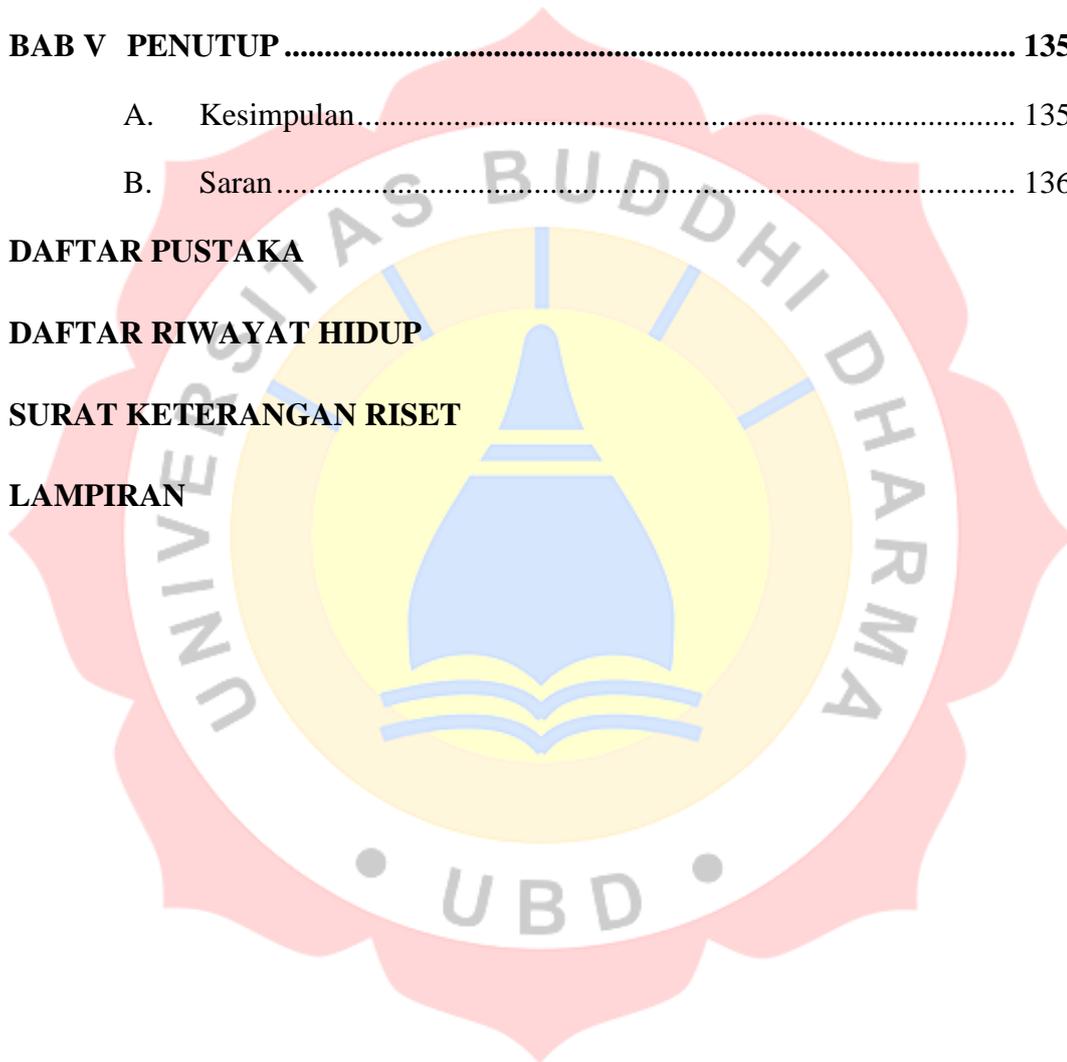
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11

C.	Rumusan Masalah	11
D.	Tujuan Penelitian.....	12
E.	Manfaat Penelitian.....	14
F.	Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....		18
A.	Gambaran Umum Teori.....	18
1.	Teori Agensi.....	18
2.	Teori Akuntansi Positif	21
3.	<i>Profitability</i>	23
4.	<i>Tunneling Incentive</i>	29
5.	<i>Debt Covenant</i>	33
6.	<i>Exchange Rate</i>	37
7.	<i>Bonus Mechanism</i>	43
8.	<i>Transfer Pricing</i>	46
B.	Hasil Penelitian Terdahulu	60
C.	Kerangka Pemikiran	67
D.	Perumusan Hipotesa	69
BAB III METODE PENELITIAN		75
A.	Jenis Penelitian	75
B.	Objek Penelitian	76

C.	Jenis dan Sumber Data	76
D.	Populasi dan Sampel.....	77
	1. Populasi	77
	2. Sampel	77
E.	Teknik Pengumpulan Data	80
F.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	81
	1. Variabel Dependen.....	82
	2. Variabel Independen.....	82
G.	Teknik Analisis Data	86
	1. Uji Statistik Deskriptif.....	87
	2. Uji Asumsi Klasik	87
	3. Uji Regresi Linear Berganda.....	90
	4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
	5. Pengujian Hipotesa.....	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		94
A.	Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	94
	1. Variabel Dependen (<i>Transfer Pricing</i>).....	94
	2. Variabel Independen.....	98
B.	Analisis Hasil Penelitian.....	113
	1. Analisis Statistik Deskriptif.....	113

2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	122
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi	125
5. Pengujian Hipotesis.....	126
BAB V PENUTUP	135
A. Kesimpulan.....	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	60
Tabel IV.1 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Transfer Pricing</i>	95
Tabel IV.2 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Profitability</i>	98
Tabel IV.3 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Tunneling Incentive</i>	101
Tabel IV.4 Tabulasi Perhitungan <i>Debt Covenant</i>	104
Tabel IV.5 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Exchange Rate</i>	107
Tabel IV.6 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Bonus mechanism</i>	110
Tabel IV.7 Hasil Analisis Deskriptif	113
Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas	117
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas	119
Tabel IV.10 Hasil Uji Autokorelasi	122
Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	123
Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	125
Tabel IV.13 Hasil Uji t Parsial	126
Tabel IV.14 Hasil Uji F Simultan	129

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1	Perhitungan Pajak B Ltd. dan PT A Awal 49
Gambar II.2	Perhitungan Pajak B Ltd. dan PT A Setelah Perubahan Harga Transfer 50
Gambar II.3	Ilustrasi Metode CUP 52
Gambar II.4	Ilustrasi Metode RPM 53
Gambar II.5	Konteks Arm's Length Principle 58
Gambar II.6	Kerangka Pemikiran 68
Gambar IV.1	Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> 118
Gambar IV.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas 121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Profitability</i>
Lampiran II	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Tunneling Incentive</i>
Lampiran III	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Debt Covenant</i>
Lampiran IV	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Exchange Rate</i>
Lampiran V	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Bonus mechanism</i>
Lampiran VI	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Transfer Pricing</i>
Lampiran VII	Hasil Olahan Data SPSS Versi 25
Lampiran VIII	Laporan Keuangan
Lampiran IX	Tabel Persentase Distribusi t
Lampiran X	Tabel Persentase Distribusi F



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan adanya perkembangan arus globalisasi, struktur bisnis yang ada di negara kini semakin berkembang hingga ke tingkat internasional. Dimana di era globalisasi, hambatan yang dulunya muncul seperti ketika melakukan pertukaran barang, jasa, sumber daya maupun modal kini semakin mudah dan cepat dengan bantuan kemajuan teknologi dan pertukaran informasi. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, globalisasi memberikan dampak pada peningkatan transaksi bisnis antar perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Banyak perusahaan yang ingin memperkuat bisnisnya dengan mendirikan cabang, anak perusahaan ataupun perwakilan usahanya untuk mengembangkan pangsa pasarnya hingga ke luar negeri. Hubungan istimewa antara perusahaan dalam negeri dan luar negeri dapat menyebabkan ketidaksesuaian harga, biaya, atau imbalan lain dalam transaksi bisnis. *Transfer pricing* adalah istilah yang digunakan secara umum untuk menggambarkan transaksi antara Wajib Pajak yang memiliki hubungan istimewa tersebut (Hidayat et al., 2019). Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) Pasal 18 ayat (4) menjelaskan bahwa hubungan istimewa dianggap ada jika pertama, Wajib Pajak harus memiliki kontribusi modal langsung atau tidak langsung sebesar 25% pada Wajib Pajak lain atau hubungan antara

Wajib Pajak dengan kontribusi modal sebesar 25 % pada dua Wajib Pajak atau lebih. Kedua, Wajib Pajak memiliki kuasa atas Wajib Pajak lainnya dua atau lebih, Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung. Ketiga, terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat. Dengan adanya hubungan istimewa tersebut, perlunya pengungkapan transaksi yang terjadi antar pihak-pihak yang berelasi sebagaimana yang dijelaskan dalam PSAK 7 dimana bertujuan untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan berisi pengungkapan yang perlu diperhatikan tentang kemungkinan bahwa penyajian laporan laba rugi dan posisi keuangan telah dipengaruhi oleh transaksi dan saldo, termasuk komitmen dengan pihak istimewa.

Transfer pricing sendiri memiliki dua pengertian, yaitu secara netral dan pejoratif. Dalam dimensi netral *transfer pricing* memiliki pengertian sebagai penentuan harga yang terkait dengan penyerahan barang dan jasa kepada perusahaan yang masih memiliki hubungan istimewa. Sedangkan dalam unsur pejoratif, transaksi *transfer pricing* ini dimanfaatkan untuk mengurangi jumlah pajak dengan mengalihkan laba guna memperoleh laba yang lebih sedikit, sehingga jumlah pajak perusahaan semakin minim (Tyas, 2021). Dari dasar pengertian dimensi pejoratif tersebut, *transfer pricing* menjadi sebuah masalah karena sering disalahgunakan oleh perusahaan untuk mentransfer laba yang dimiliki oleh perusahaan ke perusahaan afiliasinya agar dapat meringankan beban pajak yang dibayar. Berikut merupakan data

perkembangan kasus transfer pricing pada sengketa di pengadilan pajak tahun 2016-2021.



Gambar I.1 Kasus yang Diajukan ke Pengadilan Pajak

Sumber : Analisis Data dan Visualisasi

Dari gambar 1, diketahui bahwa kasus *transfer pricing* yang diajukan dari tahun 2016-2021 mengalami peningkatan dimana pada tahun 2016 kasus yang diajukan ke Pengadilan Pajak sebanyak 150 kasus, sedangkan di tahun 2021 kasus yang diajukan meningkat menjadi 536 kasus. Kemudian, jumlah kasus yang diterima oleh Pengadilan Pajak dari tahun 2016- 2020 mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan pengajuan kasus, namun di tahun 2021 mengalami penurunan yaitu hanya 295 kasus yang diterima dari 536 kasus yang diajukan oleh Wajib Pajak. Selain itu juga, tahun 2019 menjadi tahun terbanyak dimana kasus *transfer pricing* ditolak oleh Pengadilan Pajak yaitu sebanyak 112 kasus, yang menandakan bahwa 112 kasus *transfer pricing* tersebut tidak layak untuk disengketakan.

Kasus *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia salah satunya berasal dari PT Adaro Energy Tbk (ADRO). Menurut Global Witness dalam pernyataan pers “*Adaro moves hundreds of millions of dollars into growing offshore network*” yang dipublikasikan pada 4 Juli 2019, mengungkapkan bahwa Adaro Energy yang merupakan salah satu perusahaan baru bara di Indonesia, telah mengalihkan sebagian keuntungan dari penambangan batu bara di Indonesia ke perusahaan afiliasinya di luar negeri. Melalui anak perusahaannya yang berkedudukan di Singapura, yaitu Coaltrade Services International, Adaro telah mengatur laporan keuangannya sehingga pajak yang dibayar dan dilaporkan 125 juta dolar lebih rendah dibanding yang seharusnya dibayarkan di Indonesia. Adaro mampu mengurangi pajak terutangnya di Indonesia sebesar hampir 14 juta dolar AS per tahunnya dengan menggunakan suaka pajak. Berdasarkan laporan yang di selidiki, dimana investigasi menunjukkan bahwa komisi penjualan Coaltrade di negara-negara dengan tarif pajak lebih rendah seperti Singapura telah meningkat dari rata-rata 4 juta dolar AS pada tahun 2009 ke 55 juta dolar AS di tahun 2009 sampai 2017. Anak perusahaan Adaro yang berkedudukan di Indonesia menyumbang 70% dari penjualan batu bara tersebut. Selain itu juga, Adaro mengalihkan sebagian besar keuntungannya yang ada di Singapura ke anak perusahaannya yang berkedudukan di negara suaka pajak, yaitu Mauritius dimana perusahaan tersebut bebas dari pajak apapun sebelum tahun 2017 hingga kemungkinan sampai tahun 2019 saat laporan pernyataan dari Global Witness diterbitkan (Witness, 2019).

Kasus lainnya terjadi pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) yang diduga melakukan penggelembungan dana senilai Rp 4 triliun. Menurut Laporan Hasil Investigasi Berbasis Fakta yang diserahkan kepada manajemen baru AISA oleh PT Ernst & Young Indonesia (EY) pada tanggal 12 Maret 2019, akun piutang usaha, inventaris, dan aset tetap Grup AISA diduga mengalami penggelembungan. Kemudian terdapat juga temuan lain yang mengungkapkan bahwa PT Tiga Pilar Sejahtera Food menerima dana sejumlah 1,78 triliun melalui berbagai skenario pencairan pinjaman Grup AISA dari pihak yang masih berafiliasi dengan manajemen lama, seperti transfer dana antar rekening bank, maupun pencairan deposito berjangka. Selain itu, diduga bahwa pos EBITDA (laba sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi) perusahaan makanan emiten mengalami peningkatan 329 miliar dan peningkatan pendapatan sebesar 662 miliar. Atas dasar hal tersebut, EY selaku KAP yang melakukan investigasi kasus tersebut mengungkapkan PT Tiga Pilar Sejahtera Food berpotensi melanggar Keputusan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) No.KEP-412/BL/2009 tentang Transaksi Afiliasi dan Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu (CNBC, 2019).

Dengan banyaknya kasus *transfer pricing* yang terjadi, penanganan atas kasus tersebut sudah dituangkan ke dalam rencana strategis lima tahun Direktorat Jenderal Pajak yang tertuang di dalam KEP-389/PJ/2020 tertanggal 31 Agustus 2020 dengan maksud agar penanganan *transfer pricing* dapat dilakukan lebih komprehensif. Dalam menindaklanjuti pencegahan

sengketa transfer pricing, rencana strategis tersebut menggunakan strategi simplifikasi harmonisasi penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (PKKU) atau *Prinsip Arm's Length* (ALP) untuk menangani transfer pricing.

Dengan menjadi bagian dari rencana strategis DJP selama 5 tahun, hal ini menandakan bahwa kasus *transfer pricing* sangat memberikan dampak kerugian bagi penerimaan pajak. Sebagaimana yang dilaporkan oleh *Tax Justice Network*, Indonesia mengalami kerugian pajak setidaknya Rp 68,7 triliun dan Rp 31,85 triliun pada tahun 2020 dan 2021 yang ada kaitannya dengan *transfer pricing*. Sehingga terindikasi bahwa perusahaan memanfaatkan celah dari *transfer pricing* untuk mengecilkan beban pajak yang akan dibayarkan. Dengan motivasi tersebut, perusahaan sebisa mungkin mengecilkan laba yang dihasilkan untuk melakukan penghindaran pajak melalui cara *transfer pricing*.

Faktor-faktor yang memotivasi perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing* salah satunya adalah *profitability*. Menurut (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020), *profitability* atau profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba dalam jangka waktu tertentu. Profitabilitas menjadi tolak ukur bagi manajemen dengan mengelola harta yang dimiliki oleh perusahaan melalui tingkat laba yang dihasilkan. Rasio dari profitabilitas memberikan gambaran mengenai bagaimana efektivitas manajemen dengan memanfaatkan harta perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas terhadap

transfer pricing sudah dilakukan oleh (Cledy & Amin, 2020) yang memaparkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan menggunakan *transfer pricing*. Dimana, semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin besar juga motivasi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* sehingga dapat menghindari beban pajak yang tinggi.

Selain profitabilitas, terdapat faktor *tunneling incentive* yang juga dapat mempengaruhi *transfer pricing*. Menurut (Riska & Anwar, 2021), *Tunneling incentive* adalah proses memindahkan aset dan keuntungan dari entitas untuk kepentingan saham pengendali. Sehingga dimaksudkan bahwa *tunneling incentive* merupakan bagian keuntungan yang dinikmati oleh pemilik saham pengendali yang berasal dari pemindahan aset atau laba perusahaan namun pemegang minoritas juga turut menanggung beban atas pengalihan tersebut. *Tunneling incentive* dapat terjadi dikarenakan munculnya masalah keagenan yang ditandai dengan adanya ketidakselarasan antara pemilik saham mayoritas dan minoritas. Hal yang menyebabkan munculnya masalah keagenan ini terjadi karena pemilik saham pengendali memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan manajemen ataupun juga terlibat dalam manajemen seperti sebagai direksi atau komisaris, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan yang diterimanya. Dimana metode yang dapat digunakan adalah dengan memanfaatkan *transfer pricing* dalam mentransfer laba / aset yang dimiliki ke perusahaan afiliasi milik pemangku saham mayoritas. Selain itu, lemahnya hak-hak perlindungan yang dimiliki oleh

saham minoritas sehingga keputusan manajemen dalam melakukan *tunneling incentive* bisa menyebabkan kerugian bagi pemilik saham minoritas. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pernah dilakukan oleh (Wiharja & Sutandi, 2023) yang memaparkan bahwa *tunneling incentive* mempunyai pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana praktik tersebut dilakukan dengan menjual produk kepada perusahaan yang berelasi agar dapat memaksimalkan kepentingan mayoritas.

Terdapat juga faktor *debt covenant* yang mampu mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. *Debt covenant* atau yang disebut dengan kontrak hutang adalah suatu perjanjian yang disetujui oleh pihak pemberi pinjaman dan pihak penerima pinjaman, yang berfungsi untuk melindungi pemberi pinjaman atas tindakan pihak manajemen seperti membuat ekuitas berada pada tingkat yang tidak wajar ataupun juga mengatur pembagian dividen yang terlalu berlebihan. Metode yang dapat digunakan oleh manajer untuk menghindari terjadinya pelanggaran perjanjian hutang adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Menurut hipotesis kontrak hutang, perusahaan akan semakin mungkin untuk menggunakan sistem akuntansi yang dapat menguntungkan pihaknya apabila kondisi perusahaan semakin dekat dengan pelanggaran kontrak hutang (Lutfianti & Yunita, 2021). Salah satu penelitian pernah dilakukan oleh (Junaidi & Yuniarti, Zs, 2020) yang menyimpulkan bahwa *debt covenant* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Artinya, manajer bisnis lebih memilih prosedur

akuntansi yang mampu meningkatkan laba mereka seiring dengan meningkatnya rasio hutang perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai faktor yang mampu berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* juga pernah diteliti oleh (Sarifah et al., 2019) yang menunjukkan bahwa *exchange rate* juga mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing*. Dimana perusahaan multinasional dalam mengatasi atau menghindari risiko nilai tukar, mereka melakukan pengalihan dana dari satu mata uang ke mata uang lain yang dianggap lebih kuat melalui cara *transfer pricing*, sehingga mereka dapat mengoptimalkan keuntungan mereka secara keseluruhan. Nilai kurs, menurut FASB, didefinisikan sebagai perbandingan nilai satu mata uang dengan nilai mata uang lainnya yang akan ditukar dalam jangka waktu tertentu. Nilai tukar yang terus berubah-ubah, membuat perusahaan perlu melakukan strategi untuk mempertahankan arus kas pembelian bahan baku terutama yang berasal dari luar negeri. Hal ini memotivasi manajer untuk melakukan *transfer pricing* melalui penjualan ke pihak afiliasi di luar negeri yang memiliki nilai mata uang yang kuat sehingga dapat mempertahankan nilai arus kas perusahaan.

Selain faktor profitabilitas, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate*, ada juga faktor lainnya seperti *bonus mechanism* atau mekanisme bonus yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dimana mekanisme bonus adalah semacam hadiah atau insentif yang diberikan oleh pemilik kepada karyawannya. Penghargaan ini diberikan untuk membantu karyawan menjadi lebih baik dalam melakukan tugas mereka dan

meningkatkan keuntungan perusahaan (Suwandi, 2022). Dengan begitu, semakin besar laba perusahaan maka bonus yang akan didapatkan akan semakin besar pula. Hal tersebut dapat memotivasi para manajer untuk mengatur laba semaksimal mungkin agar bonus yang didapatkan juga meningkat. Metode yang dipakai untuk memaksimalkan laba salah satunya adalah dengan menggunakan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis memiliki ketertarikan untuk menguji kembali faktor – faktor yang mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing*, yakni *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate* dan *bonus mechanism* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Penelitian ini memilih industri manufaktur sebagai objek yang diteliti karena industri manufaktur menjadi bagian penting dari perekonomian. Sebagaimana yang dilaporkan oleh Portal Informasi Indonesia bahwa pada triwulan I-2023, industri manufaktur tetap menjadi kontributor utama pertumbuhan ekonomi nasional dengan kontribusi 16,77 persen. Sesuai dengan pemaparan latar belakang tersebut, maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Profitability*, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant*, *Exchange Rate* dan *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang mana telah dijabarkan oleh penulis, maka identifikasi masalah yang dijadikan sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penghematan pajak yang dilakukan dengan mentransfer kekayaan atau laba milik perusahaan ke perusahaan afiliasi pemegang saham pengendali sehingga keuntungan dinikmati oleh pemegang saham mayoritas, sekaligus beban pajak yang dibayarkan semakin kecil.
2. Perlindungan yang tidak memadai untuk pemegang saham minoritas sehingga memberikan kesempatan pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling* yang dapat memberikan kerugian bagi pemegang saham minoritas.
3. Penghindaran pelanggaran perjanjian hutang yang dilakukan manajer dengan memanipulasi laba perusahaan menggunakan *transfer pricing*
4. Menghindari risiko nilai tukar dan mempertahankan arus kas perusahaan dengan melakukan *transfer pricing* pada nilai mata uang yang lebih kuat.
5. Kecurangan dengan memanipulasi laba menjadi lebih tinggi dengan tujuan mendapatkan bonus yang tinggi pula.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *profitability* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
3. Apakah *debt covenant* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
4. Apakah *exchange rate* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
5. Apakah *bonus mechanism* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
6. Apakah *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* berpengaruh pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *profitability* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
2. Untuk menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
3. Untuk menganalisis pengaruh *debt covenant* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
4. Untuk menganalisis pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
5. Untuk menganalisis pengaruh *bonus mechanism* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?
6. Untuk menganalisis pengaruh *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022?

E. Manfaat Penelitian

Atas dasar tujuan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis berharap penelitian ini akan memberikan manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan perspektif tentang studi akuntansi, terutama mengenai komponen yang mempengaruhi *transfer pricing* yang berupa *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate* dan juga *bonus mechanism*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini akan bermanfaat bagi para pihak yang terkait, yaitu :

1) Manfaat bagi perusahaan

- a) Memberikan referensi dan informasi kepada para pengambil keputusan agar bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.
- b) Berkontribusi dalam memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *transfer pricing* sehingga kedepannya dapat menghindari praktik *transfer pricing* yang melanggar dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.
- c) Memberikan sumbangan pemikiran mengenai analisis laporan keuangan yang dapat membantu manajemen dalam menentukan

keputusan harga transfer yang sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

2) Manfaat bagi masyarakat

- a) Memberikan informasi yang berkaitan praktik penghindaran pajak yang dilakukan di Indonesia.
- b) Memberikan informasi mengenai kasus – kasus *transfer pricing* yang dapat merugikan negara begitu juga dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

3) Manfaat bagi pemerintah

- a) Memberikan informasi yang relevan kepada pemerintah sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengimplementasikan rencana strategis untuk mengurangi praktik *transfer pricing* di Indonesia.
- b) Memberikan sumbangan pemikiran agar dapat memperbaiki peraturan mengenai praktik *transfer pricing* sehingga meminimalisasi terjadinya kecurangan pajak.

4) Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang sedang meneliti topik berkaitan dengan *transfer pricing*.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran umum tentang isi penelitian. Isi penelitian dibagi menjadi lima bab, dan setiap bab membahas secara khusus mengenai informasi terkait penelitian. Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penguraian mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian. Bab ini berisi mengenai gambaran umum teori terkait variabel independen yaitu *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* serta variabel dependen yaitu *transfer pricing*, juga menguraikan kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu dan perumusan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

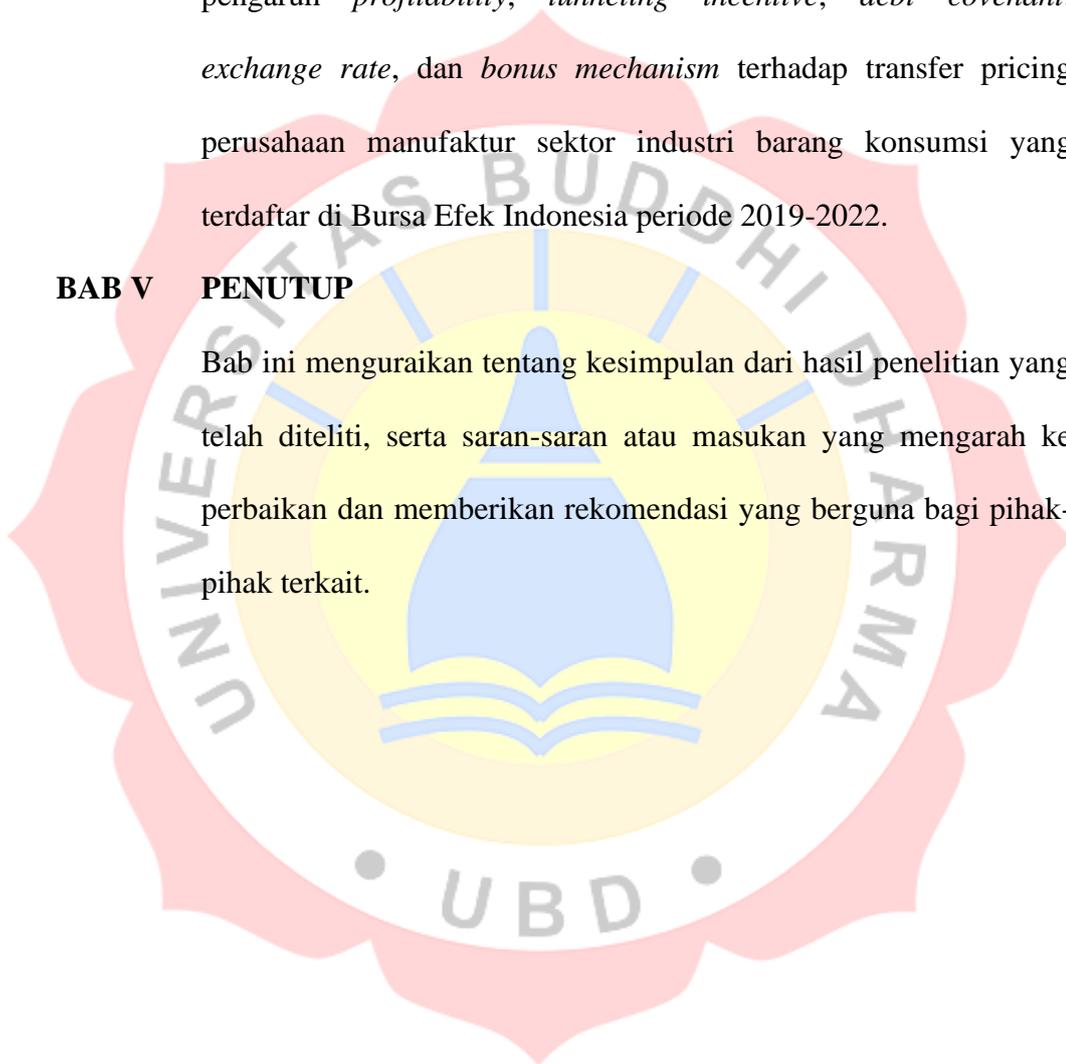
Bab ini memberikan penguraian tentang metode penelitian yang penulis gunakan untuk mendukung penelitian ini, yang meliputi jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data hasil penelitian, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan mengenai pengaruh *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* terhadap transfer pricing perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diteliti, serta saran-saran atau masukan yang mengarah ke perbaikan dan memberikan rekomendasi yang berguna bagi pihak-pihak terkait.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. Teori Agensi

Menurut (Selistiawati & Sumantri, 2022) menyatakan bahwa :

Teori agensi merupakan teori yang memberikan penjelasan bahwa entitas berperan sebagai tempat yang mempunyai suatu hubungan kontrak dengan pihak - pihak seperti pada manajemen, kreditur, pemilik perusahaan, maupun pemerintah atau bisa disebut juga sebagai *intersection point*.

Menurut (Br Purba, 2023) menyatakan bahwa :

Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik perusahaan selaku pihak *principal*.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa teori agensi adalah sebuah teori yang mengungkapkan bahwa dalam sebuah perusahaan terdapat hubungan kontrak yang terjadi antar 2 pihak yang memiliki peran sebagai *principal* yaitu pemilik perusahaan dan pihak yang berperan sebagai agen yaitu manajemen perusahaan.

Hubungan keagenan menandakan bahwa satu atau beberapa pihak berfungsi sebagai *principal* memperkerjakan pihak yang lain sebagai agen

untuk melakukan tugas atau pun memberikan wewenang untuk melakukan suatu pengambilan keputusan, sehingga dapat disimpulkan pihak manajemen memiliki kewajiban dalam mempertanggungjawabkan semua keputusan perusahaan kepada para pengguna informasi laporan keuangan, baik itu kepada investor, pemerintah, kreditor, maupun pemegang saham. Asal dari masalah keagenan muncul ketika pihak pengambil keputusan bukan dari satu pemilik, sehingga keputusan manjerial memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan pemilik perusahaan. Masalah antara *principal* dan agen muncul dikarenakan adanya informasi asimetris, yakni kewenangan yang diberikan oleh *principal* kepada agen agar dapat melakukan tindakan yang bertujuan untuk kepentingan *principal*, namun dapat menimbulkan masalah keagenan dimana bisa juga membuat rugi pihak *principal* dikarenakan tidak memiliki hubungan langsung dalam pengelolaan operasi perusahaan serta mempunyai akses terbatas terhadap informasi yang ada di dalam perusahaan, sehingga membuat pihak agen dapat mengesampingkan kepentingan pihak tertentu (Cledy & Amin, 2020). Masalah keagenan ini pada umumnya terjadi dalam hubungan antara manajer dan investor ataupun antara pemegang saham pengendali dan minoritas. Sebagai contoh, manajer mengatur untuk meminimalisasi keuntungan perusahaan agar jumlah pajak yang harus dikeluarkan perusahaan menjadi lebih sedikit. Hal ini bertentangan dengan investor yang memiliki keinginan agar perusahaan mendapatkan laba yang semaksimal mungkin sehingga dividen yang dibagikan kepada investor semakin besar.

Dengan adanya konflik prioritas atau perbedaan kepentingan tersebut, membuat seorang agen dapat bertindak bertentangan dengan kepentingan *principal*. Solusi yang dapat digunakan untuk mencegah kondisi tersebut adalah dengan mengeluarkan sejumlah biaya untuk mengontrol serta mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh agen seperti memberikan kompensasi atau bonus, menaikkan gaji, ataupun juga dengan membuat sistem pengendalian perusahaan yang lebih baik, sehingga pihak *principal* dapat memantau agen apakah bekerja dengan baik dan jujur.

Teori agensi yang berkaitan dengan *transfer pricing* adalah konsep yang membahas hubungan antara perusahaan induk (*principal*) dan anak perusahaan atau divisi (agen) dalam konteks penetapan harga transfer. Dalam konteks *transfer pricing*, tujuan *principal* (perusahaan induk) adalah untuk memastikan bahwa transfer harga yang digunakan adalah adil dan mencerminkan nilai sebenarnya dari barang atau jasa yang ditransfer. Namun, agen (manajemen anak perusahaan) mungkin memiliki insentif untuk mengatur harga transfer agar menguntungkan anak perusahaan mereka, yang mungkin tidak selalu menguntungkan *principal*. Teori agensi juga mempertimbangkan bagaimana manajemen anak perusahaan dapat menggunakan *transfer pricing* untuk mengelola risiko bisnis. Mereka dapat mencoba untuk mengalihkan keuntungan atau kerugian antara divisi dalam upaya untuk mempengaruhi kinerja keuangan mereka.

Teori agensi mencakup strategi dan mekanisme yang dapat digunakan *principal* untuk mengurangi konflik kepentingan dengan agen

dalam konteks transfer pricing. Hal ini mungkin termasuk penetapan kebijakan harga transfer yang jelas, penggunaan metode penetapan harga yang adil, dan pengawasan ketat terhadap praktik-praktik transfer pricing. Penerapan teori agensi dalam konteks transfer pricing membantu perusahaan menjaga keseimbangan antara kepentingan pemegang saham, manajemen anak perusahaan, dan kepatuhan terhadap hukum pajak. Sehingga teori agensi ini diharapkan bisa membuat permasalahan kepentingan antara *principal* dan agen semakin berkurang. Untuk mencapai hal ini, diperlukan pengendalian yang efektif untuk mensejajarkan perbedaan kepentingan ini (Cledy & Amin, 2020).

2. Teori Akuntansi Positif

Menurut (Riska & Anwar, 2021) menyatakan bahwa :

Teori akuntansi positif merupakan teori yang mengemukakan kebijakan akuntansi sesuai dengan kondisi tertentu yang digunakan sebagai pemahaman untuk melewati situasi yang akan datang.

Menurut (Br Purba, 2023) menyatakan bahwa :

Positive theory merupakan teori yang berusaha untuk menjelaskan dan memprediksikan fenomena tertentu.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa teori akuntansi positif adalah pendekatan dalam ilmu akuntansi yang berfokus pada deskripsi dan penjelasan tentang

bagaimana kebijakan akuntansi digunakan untuk memprediksi situasi yang terjadi dimasa yang akan datang. Teori ini berusaha untuk memahami dan menjelaskan fenomena akuntansi yang sebenarnya terjadi di dunia nyata. Teori ini pertama kali diusulkan oleh Ross Watts dan Jerold Zimmerman pada tahun 1978, yang menerangkan bahwa perusahaan lebih memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba (*earnings management*) agar dapat memenuhi ekspektasi pemegang saham.

Dalam teori akuntansi positif, perusahaan tidak diwajibkan untuk mengadopsi prosedur akuntansi yang serupa. Sebaliknya, perusahaan diberikan kebebasan untuk menggunakan berbagai alternatif prosedur yang ada dengan tujuan mengurangi biaya dan meningkatkan nilai perusahaan. Atas kebebasan tersebut, manajer cenderung akan menggunakan tindakan oportunistik yang dikenal dalam teori akuntansi positif. Dengan kata lain, tindakan oportunistik ialah suatu langkah yang diambil oleh entitas dalam pemilihan prosedur akuntansi yang hasilnya lebih berguna dan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan tersebut.

(Br Purba, 2023) menjelaskan bahwa Watts dan Zimmermen dalam makalahnya yang berjudul "*Positive Accounting Theory: A Ten Years Perspective*" memaparkan terdapat 3 jenis hipotesis dalam teori akuntansi positif yaitu:

a) Hipotesis rencana bonus (*Bonus Plan Hypothesis*)

Merupakan hipotesis yang mengemukakan bahwa manajer lebih memilih menggunakan sistem akuntansi yang bisa memindahkan omset di waktu mendatang ke periode saat ini dengan maksud untuk memperoleh bonus.

b) Hipotesis perjanjian hutang (*Debt Covenant Hypothesis*)

Merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa dalam situasi di mana perusahaan melakukan pelanggaran perjanjian utang, manajer kemungkinan besar akan memilih sistem akuntansi yang mengalihkan omset dari waktu mendatang ke periode saat ini, yang pada gilirannya dapat membuat keuntungan semakin meningkat dan menghindari pelanggaran teknis.

c) Hipotesis biaya politik (*Political Cost Hypothesis*)

Merupakan hipotesis yang mengemukakan bahwa entitas dengan rasio profit tinggi lebih memilih mengalihkan pendapatan dari tahun saat ini ke tahun yang akan datang untuk menghindari adanya biaya politik.

3. *Profitability*

Menurut (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020) menyatakan bahwa :

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Menurut (Hidayat, 2018) menyatakan bahwa :

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dijelaskan, penulis menarik kesimpulan bahwa profitabilitas ialah sebuah rasio dalam mengukur kemampuan kinerja pengelolaan keuangan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas pada dasarnya merupakan perbandingan antara jumlah penghasilan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Teori ini berfokus pada bagaimana perusahaan mampu meningkatkan jumlah pendapatan dibanding biaya yang harus dibayarkan. Margin keuntungan adalah komponen penting dalam analisis profitabilitas. Ini mencakup perbedaan antara harga jual dan biaya produksi atau operasional yang diperlukan untuk menghasilkannya. Semakin besar margin keuntungan, semakin tinggi tingkat profitabilitasnya. Pengelolaan keuangan yang baik juga merupakan komponen kunci dalam teori profitabilitas. Ini mencakup manajemen kas yang efisien, pengendalian biaya, penggunaan *leverage* yang bijaksana, dan alokasi modal yang tepat. Ada beberapa rasio profitabilitas yang digunakan untuk melakukan pengukuran kinerja keuangan suatu perusahaan. Rasio-rasio ini menggambarkan tentang sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dalam berbagai aspek operasionalnya. Menurut (Siswanto, 2021) terdapat beberapa bentuk rasio profitabilitas yang umumnya digunakan, yakni:

a. Hasil pengembalian total aktiva (*return on assets* / ROA)

Ialah indikator yang berguna untuk mengukur kemampuan entitas dalam mendapatkan suatu keuntungan yang berasal dari aktivitas investasi. Atau bisa juga diartikan bahwa *return on assets* adalah sebuah rasio yang berguna untuk menggambarkan besarnya keuntungan yang dihasilkan perusahaan dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan. Kelebihan dari rasio ROA adalah dapat membantu mengidentifikasi sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Ini dapat memberikan wawasan tentang efisiensi penggunaan asetnya. Sedangkan kekurangan dari rasio ROA adalah ROA tidak membedakan antara aset yang dibiayai oleh modal ekuitas dan aset yang dibiayai dengan utang. Sebuah perusahaan mungkin memiliki ROA yang tinggi karena menggunakan *leverage* yang tinggi dengan aset yang dibiayai oleh utang, yang dapat meningkatkan risiko keuangan.

Semakin besar rasio ROA yang dihasilkan, maka menandakan semakin maksimal juga tingkat keuntungan yang diterima perusahaan, juga semakin efektif posisi keuangan entitas tersebut dari segi penggunaan asetnya. Perhitungan *Return on assets* dirumuskan dengan :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b. Hasil pengembalian total ekuitas (*return on equity* / ROE)

Adalah rasio profitabilitas menunjukkan berapa banyak pendapatan yang dapat dihasilkan dari pengelolaan modal yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan neto. ROE menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan mampu untuk memanfaatkan sumber daya yang perusahaan miliki untuk mendapatkan keuntungan. Kelebihan dari rasio ini adalah ROE memberikan gambaran antara laba bersih yang dihasilkan dan ekuitas dari investasi pemegang saham, sehingga memberikan wawasan langsung tentang seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk para pemegang saham, yang termasuk investor, pemilik, dan pemegang saham lainnya. Sedangkan kekurangan dari rasio ini adalah ROE tidak memperhitungkan risiko yang terkait dengan aset dan operasi perusahaan. Sebuah perusahaan mungkin memiliki ROE yang tinggi tetapi juga memiliki risiko yang tinggi terkait dengan tingkat hutangnya.

Semakin besar tingkat rasio ini, menandakan bahwa entitas semakin tepat dalam menerapkan efisiensi penggunaan modal atau ekuitas. Perhitungan *Return on equity* dirumuskan dengan :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Rasio Margin Keuntungan / *Profit Margin Ratio*

Rasio ini terdiri dari :

1. Margin laba bersih (*net profit margin* / NPM)

NPM merupakan perhitungan rasio guna mengukur bagaimana perusahaan mampu untuk mendapatkan profit pada tingkat penghasilan tertentu. Margin laba bersih menginterpretasikan bagaimana perusahaan mampu dalam menekan biaya-biaya yang harus dikeluarkan pada satu periode sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal pada tingkat penjualan yang diterima oleh perusahaan. Kelebihan dari rasio ini adalah dapat membantu pemilik perusahaan dalam mengidentifikasi bagaimana efisiensi dalam pengeluaran biaya-biaya dan juga berapa besar tingkat penjualan yang diterima. Sedangkan kekurangan dari rasio ini adalah NPM dapat bervariasi antar perusahaan yang ukurannya berbeda. Perusahaan besar mungkin memiliki NPM yang lebih rendah daripada perusahaan kecil karena skala operasi yang lebih besar dan biaya overhead yang lebih tinggi.

Semakin besar rasio margin laba bersih, maka menandakan bahwa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan juga semakin meningkat dan semakin efisien pula perusahaan dalam menekan biaya-biaya yang sehubungan dengan kegiatan operasi yang dilakukan. Perhitungan NPM dirumuskan dengan :

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. Margin laba kotor (*gross profit margin* / GPM)

Ialah bentuk dari rasio profitabilitas yang dihitung dengan membandingkan laba kotor yang dimiliki oleh perusahaan dengan penjualan. Penghitungan laba kotor dilakukan dengan melakukan pengurangan terhadap penjualan dan harga pokok penjualan. Margin laba kotor menggambarkan hubungan antara HPP dan penjualan untuk mengukur bagaimana perusahaan mampu dalam melakukan efisiensi terhadap biaya-biaya produksi perusahaan ataupun juga dengan memaksimalkan tingkat penjualan dengan menaikkan harga penjualan kepada konsumen. Kelebihan dari rasio ini adalah membantu mengidentifikasi efisiensi produksi perusahaan dengan mengukur sejauh mana biaya langsung produksi (misalnya, bahan baku dan tenaga kerja langsung) dapat dikendalikan. Sedangkan kekurangan dari rasio ini adalah GPM hanya mempertimbangkan biaya langsung produksi, seperti bahan baku dan tenaga kerja langsung, tetapi tidak memperhitungkan biaya operasional lainnya, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya lainnya, sehingga menghasilkan gambaran yang tidak lengkap tentang profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Semakin besar margin laba bersih, menandakan bahwa perusahaan mampu untuk menetapkan biaya pokok penjualan

yang serendah mungkin atau juga menaikkan harga jual barang secara maksimal, sehingga laba kotor yang didapatkan oleh perusahaan juga semakin tinggi. Perhitungan GPM dirumuskan dengan :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Tunneling Incentive*

Menurut (Hidayat et al., 2019) menyatakan bahwa :

Tunneling incentive adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan aset atau keuntungan perusahaan, sementara pemegang saham minoritas juga memikul tanggung jawab.

Menurut (Riska & Anwar, 2021) menyatakan bahwa :

Tunneling incentive adalah kegiatan memindahkan aset maupun manfaat keluar dari entitas demi keperluan saham pengendali.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa *tunneling incentive* adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menguntungkan pemegang saham mayoritas dengan cara memindahkan aset atau keuntungan entitas, namun atas pengalihan tersebut, ada kerugian yang harus ditanggung oleh pemegang saham minoritas.

Tunneling dilakukan dengan melakukan penjualan produk kepada perusahaan masih memiliki hubungan afiliasi dengan tingkat harga yang jauh lebih rendah dibanding harga yang sesungguhnya dengan tujuan untuk menguntungkan pihak tertentu yang memiliki kepentingan, atau juga dengan melakukan penjualan aset yang dimiliki oleh perusahaan kepada perusahaan yang masih memiliki hubungan dengan pemegang saham mayoritas. Contoh lainnya adalah dengan mempertahankan ataupun menempatkan seseorang pada jabatan atau posisi dimana orang tersebut tidak kompeten ataupun tidak cocok ada dalam posisi tersebut. Atau juga dengan menempatkan orang yang masih memiliki hubungan keluarga di perusahaan tersebut.

Tunneling incentive dapat terjadi karena timbulnya masalah keagenan. Konflik kepentingan yang terjadi antara penanam modal mayoritas dan minoritas adalah salah satu masalah keagenan yang paling umum. Konflik ini timbul karena beberapa hal diantaranya. Pertama, karena hak yang dimiliki pemegang saham minoritas tidak cukup dilindungi, pemegang saham mayoritas menggunakan celah ini untuk mempengaruhi keputusan perusahaan yang menguntungkan dirinya sendiri. Kedua, umumnya pemegang saham mayoritas terlibat dalam posisi manajemen perusahaan baik itu sebagai direksi ataupun sebagai komisaris, sehingga pengambilan keputusan perusahaan yang didasarkan pada pihak manajemen dapat dengan mudah diatur untuk menguntungkan pihak pemegang saham mayoritas. Ketiga, pemegang saham mayoritas mampu

mempengaruhi manajemen agar membuat keputusan yang hanya menguntungkan dirinya sendiri. Dalam banyak kasus, pemegang saham minoritas memiliki keterbatasan dalam menetapkan kontrak yang membatasi tindakan manajer eksekutif atau pemegang saham utama. Hal ini membuat pemegang saham utama memiliki kesempatan untuk melakukan *tunneling* atau "menggali terowongan" untuk mengalihkan sumber daya dari perusahaan untuk kepentingan pribadi mereka.

Dalam PSAK No. 15 menjelaskan bahwa saham yang dimiliki oleh investor baik itu secara langsung ataupun tidak langsung melalui anak perusahaan dengan jumlah kepemilikan 20% atau lebih, maka investor tersebut dipandang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam perusahaan. Sebaliknya, investor dengan kepemilikan saham kurang dari 20% dianggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan yang dibuat oleh perusahaan. Sebagian besar kepemilikan mayoritas dimiliki oleh kepemilikan modal yang melebihi 20%, memberikan mereka pengaruh dalam manajemen perusahaan, termasuk perusahaan afiliasi atau anggota keluarga yang turut berpartisipasi dalam manajemen perusahaan tanpa memiliki kualifikasi yang diperlukan (Wiharja & Sutandi, 2023).

Asimetri informasi antara penanam modal minoritas dan mayoritas atau manajer eksekutif dapat menjadi faktor yang mendukung terjadinya *tunneling incentive*. Manajer eksekutif mungkin mempunyai informasi yang lebih banyak mengenai operasi perusahaan dan dapat dengan mudah

memanfaatkan kelemahan ini untuk mengambil risiko yang dapat memberi kerugian bagi pemegang saham minoritas. Untuk mengatasi *tunneling incentive*, perusahaan dapat mengadopsi sistem insentif berbasis kinerja yang memotivasi manajer eksekutif untuk mencapai hasil yang baik bagi perusahaan secara keseluruhan.

Pentingnya pengawasan yang efektif dan tata kelola perusahaan yang baik dalam mencegah *tunneling incentive* tidak bisa diabaikan. Dewan direksi dan pemegang saham minoritas harus aktif dalam memantau tindakan manajer eksekutif dan memastikan bahwa tindakan yang merugikan pemegang saham minoritas tidak terjadi.

Proksi yang digunakan untuk mengukur *tunneling incentive* menurut (Wiharja & Sutandi, 2023) dirumuskan dengan:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Sedangkan menurut (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020) perhitungan *tunneling incentive* diprosikan dengan menghitung kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan pihak asing dengan rumus sebagai berikut :

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Asing}}{\text{Total Saham yang Beredar}}$$

5. *Debt Covenant*

Menurut (Wiharja & Sutandi, 2023) menyatakan bahwa :

Debt Covenant (perjanjian utang) adalah perjanjian berfungsi mengatur antara si peminjam dan juga si penerima pinjaman, perjanjian ini diatur untuk melindungi dari segala tindakan manajer terhadap kreditor.

Menurut (Rahma & Wahjudi, 2021) menyatakan bahwa :

Debt covenant adalah perjanjian yang dirancang untuk melindungi pemberi pinjaman dari pelanggaran manajer, agar tidak merugikan kepentingan kreditor, seperti dividen yang berlebihan, atau membiarkan aset jatuh di bawah level yang telah ditentukan.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa *debt covenant* ialah sebuah perjanjian yang mengikat pihak pemberi pinjaman dan pihak penerima pinjaman dengan tujuan untuk melindungi pemberi pinjaman atas tindakan yang dapat merugikan sehingga dilakukan pembatasan tertentu seperti pengaturan dividen, maupun juga aset perusahaan.

Tujuan dari perjanjian ini adalah untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan manajemen seperti memberikan dividen yang berlebihan atau membiarkan ekuitas di bawah batas yang wajar (Wiharja & Sutandi, 2023). *Debt covenant* adalah syarat-syarat yang diatur dalam perjanjian pinjaman yang mengatur cara perusahaan harus menjalankan bisnisnya selama masa pinjaman. Salah satu tujuan utama dari *debt covenant* adalah melindungi kepentingan pemberi pinjaman. Dengan

menerapkan ketentuan tertentu, pemberi pinjaman dapat mengurangi risiko bahwa peminjam tidak akan dapat memenuhi kewajibannya. *Debt covenant* memungkinkan pemberi pinjaman untuk memantau dan mengendalikan kinerja keuangan peminjam. Ini mencakup pembatasan pada rasio keuangan tertentu, seperti rasio utang terhadap ekuitas atau rasio cakupan bunga.

Ada dua jenis utama dari *debt covenant*, yaitu *covenant* positif dan *covenant* negatif. *Covenant* positif mengharuskan peminjam untuk melakukan tindakan tertentu, seperti menjaga rasio utang terhadap ekuitas di bawah batas tertentu. *Covenant* negatif melarang peminjam dari melakukan tindakan tertentu, seperti tidak boleh mengambil utang tambahan selama masa pinjaman. *Debt covenant* merupakan alat yang penting dalam manajemen keuangan yang membantu memastikan bahwa hubungan antara pemberi pinjaman dan peminjam tetap terstruktur dan berjalan dengan baik selama masa pinjaman. Penerapan dari *debt covenant* dapat membantu mengelola risiko kredit, dimana pemberi pinjaman memastikan bahwa peminjam mematuhi perjanjian, sehingga mereka dapat segera bertindak jika peminjam mulai mengalami kesulitan keuangan atau melanggar persyaratan perjanjian.

Menurut (Lutfianti & Yunita, 2021) dalam *debt covenant hypothesis*, menjelaskan bahwa semakin perusahaan terlibat dalam pelanggaran akuntansi yang didasarkan pada kontrak hutang, semakin besar juga peluang perusahaan untuk menggunakan sistem akuntansi yang

dapat memberi keuntungan guna menghindari terjadinya pelanggaran kontrak. Salah satu cara yang dilakukan manajer dalam menghindari pelanggaran kontrak utang adalah dengan melakukan *transfer pricing*, dimana manajer melakukan penjualan kepada pihak afiliasi pada harga yang tidak wajar dengan tujuan untuk meningkatkan laba, sehingga dapat meyakinkan pihak pemberi pinjaman bahwa kondisi keuangan perusahaan sehat dan ada jaminan bahwa pinjaman mampu dikembalikan oleh perusahaan.

Sebagai pemberi pinjaman, untuk melakukan pengawasan terhadap tindakan manajemen, dapat melakukan identifikasi *debt covenant* dengan menggunakan *debt to equity ratio*, yang perhitungannya dilakukan dengan melakukan perbandingan total hutang dan total ekuitas yang dimiliki entitas. Untuk menunjukkan tingkat risiko ketidakmampuan perusahaan untuk melunasi utang, rasio ini digunakan untuk mendeskripsikan komposisi modal perusahaan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) Pasal 18 ayat (1) menjelaskan bahwa Menteri Keuangan memiliki kewenangan mengatur batasan biaya pinjaman yang boleh dibiayakan untuk digunakan dalam penghitungan pajak. Dimana juga telah diatur dalam peraturan Direktur Jenderal Pajak nomor PER-25/PJ/2017 yang mengatur mengenai :

- a) Biaya pinjaman yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto untuk perhitungan penghasilan kena pajak badan yang beroperasi di Indonesia dan memiliki modal saham dihitung berdasarkan perbandingan antara jumlah utang dan modal;
- b) Perbandingan antara utang dan modal paling tinggi sebesar empat dibanding satu (4:1);
- c) Jika perbandingan antara utang dan modal Wajib Pajak lebih besar dari angka yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 4:1, maka dalam perhitungan penghasilan yang kena pajak, hanya biaya pinjaman sesuai ketentuan yang akan diperhitungkan;
- d) Jika Wajib Pajak memiliki hutang kepada pihak dengan pihak yang berelasi, maka jumlah biaya pinjaman yang boleh diambil dalam perhitungan penghasilan kena pajak harus sesuai dengan ketentuan sebagaimana yang sudah diatur, dan juga harus sesuai dengan tingkat biaya pinjaman yang sesuai dengan Prinsip Kewajaran dan Praktik Bisnis yang umum.

Sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang, bahwa perbandingan antara utang dan modal yang ditetapkan adalah 4:1, yang mengartikan jika perusahaan memiliki perbandingan utang dan modal yang tidak sesuai dengan ketentuan seperti ketika utang yang dimiliki melebihi rasio yang ditetapkan, menandakan bahwa perusahaan tidak memiliki keadaan keuangan yang sehat, serta ada kemungkinan risiko terhadap ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kembali utang

semakin tinggi, sehingga menyebabkan turunnya rasa kepercayaan pihak pemberi pinjaman kepada perusahaan. Atas kondisi tersebut, manajer sebisa mungkin mengatur keuntungan perusahaan pada tingkat tertentu sehingga nilai dividen yang dibagikan tetap sesuai dengan ketentuan perjanjian utang yang telah ditetapkan sebelumnya, sekaligus untuk menghindari terjadinya pelanggaran kontrak utang melalui *transfer pricing*.

Proksi yang digunakan untuk mengukur *debt covenant* menurut (Sari & Djohar, 2022) ialah :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sedangkan menurut (Shifa Aurillya et al., 2021) *debt covenant* diproksikan menggunakan *leverage* dengan menggunakan rumus:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

6. Exchange Rate

Menurut *Financial Accounting Standard Board* dalam *Statement of Financial Accounting Standards No. 52* menyatakan bahwa:

“The exchange rate is the ratio between a unit of one currency and the amount of another currency for which that unit can be exchanged at a particular time”.

Menurut (Prananda & Triyanto, 2020) menyatakan bahwa :

Exchange rate merupakan nilai tukar mata uang suatu negara dengan mata uang negara lainnya yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada masa kini atau di masa yang akan datang.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa *exchange rate* ialah nilai tukar antara dua mata uang yang menunjukkan seberapa banyak satu mata uang dapat ditukarkan dengan mata uang lainnya pada suatu waktu tertentu.

Nilai tukar ini sangat penting dalam perdagangan internasional dan keuangan global karena memengaruhi biaya impor, ekspor, investasi asing, dan arus modal antara negara-negara. Nilai tukar dapat berfluktuasi seiring waktu karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kondisi ekonomi, suku bunga, dan kebijakan pemerintah.

Sistem nilai tukar mata uang asing sangat dipengaruhi oleh sifat pasar, sehingga bertransaksi dengan mata uang asing dapat menghasilkan keuntungan atau kerugian akibat perbedaan kurs atau yang disebut dengan laba/rugi selisih kurs. Perusahaan multinasional, dalam menjalankan operasinya yang melibatkan transaksi lintas negara, secara langsung akan terlibat dalam konversi mata uang asing ke mata uang rupiah. Karena nilai tukar mata uang terus berubah, maka jumlah unit valuta asing dari negara asal akan mengalami fluktuasi. Perubahan dalam nilai tukar yang

berfluktuasi inilah yang dapat berdampak pada laporan laba dan arus kas yang dilaporkan oleh perusahaan.

Nilai tukar adalah harga relatif antara dua mata uang, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, politik, dan pasar. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi nilai tukar :

a) Tingkat suku bunga

Merupakan faktor yang paling penting dalam menentukan nilai tukar sebuah mata uang. Tingkat suku bunga memberikan pengaruh pada permintaan dan penawaran mata uang karena memengaruhi keputusan investor, pedagang, dan pelaku pasar lainnya. Apabila tingkat suku bunga pada suatu negara lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat suku bunga di negara lain, mata uangnya cenderung lebih menarik bagi investor. Alasan utamanya adalah bahwa mereka dapat mendapatkan hasil yang lebih tinggi dari investasi dalam mata uang tersebut. Ini dapat meningkatkan permintaan terhadap mata uang tersebut dan menyebabkan penguatan nilai tukarnya.

b) Inflasi

Faktor inflasi dapat memengaruhi nilai tukar suatu mata uang. Inflasi adalah kenaikan umum dan berkelanjutan dalam harga-harga barang dan jasa di suatu negara selama periode waktu tertentu. Jika suatu negara mengalami tingkat inflasi yang tinggi dibandingkan dengan negara lain, maka nilai tukar mata uangnya cenderung menurun. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa daya beli mata uang tersebut menurun

karena harga-harga barang dan jasa meningkat secara signifikan. Ini membuat mata uang negara tersebut kurang diminati oleh investor dan pedagang internasional, yang cenderung mencari mata uang yang lebih stabil.

c) Kondisi ekonomi makro

Nilai tukar mata uang suatu negara dapat sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makroekonomi, dimana contohnya pada kondisi umum ekonomi suatu negara, seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, dan stabilitas politik, juga dapat memengaruhi nilai tukar. Negara dengan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan stabilitas politik biasanya lebih menarik bagi investor asing, yang dapat meningkatkan permintaan untuk mata uangnya.

d) Kebijakan moneter dan fiskal

Jumlah uang yang beredar dan kebijakan suku bunga bank sentral dapat sangat memengaruhi nilai tukar mata uang. Misalnya, jika bank sentral mencetak lebih banyak uang, hal ini dapat menyebabkan inflasi dan melemahkan nilai tukar mata uang.

e) Kondisi Ekonomi Global

Kondisi ekonomi global sangat memengaruhi nilai tukar mata uang. Perubahan dalam ekonomi internasional dapat memengaruhi penawaran dan permintaan mata uang suatu negara, yang pada gilirannya dapat memengaruhi nilai tukar mata uang. Kondisi ekonomi global secara keseluruhan dapat memengaruhi sentimen investor

terhadap mata uang. Jika perekonomian global tumbuh dengan stabil, investor mungkin lebih cenderung untuk berinvestasi dalam mata uang yang lebih berisiko, seperti mata uang negara dengan suku bunga yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketidakpastian ekonomi global atau resesi dapat membuat investor lebih cenderung untuk mencari aset yang lebih aman, seperti mata uang yang dianggap stabil.

Nilai tukar juga berpotensi menghadapi risiko yang timbul akibat perubahan nilai suatu mata uang terhadap mata uang lainnya, yang sering disebut sebagai risiko nilai tukar (*exchange rate risk*). Risiko ini merupakan risiko yang dihadapi oleh individu, perusahaan, atau lembaga keuangan karena fluktuasi nilai tukar mata uang. Risiko ini dapat berdampak pada keuangan dan operasi, terutama jika entitas tersebut terlibat dalam transaksi lintas batas. Berikut beberapa macam-macam risiko nilai tukar:

a) Risiko Transaksi (Transaction Risk)

Risiko ini terjadi ketika perusahaan atau individu memiliki kontrak yang melibatkan pembayaran atau penerimaan dalam mata uang asing di masa depan. Fluktuasi nilai tukar antara saat kontrak dibuat dan saat pembayaran sebenarnya dilakukan dapat mengakibatkan keuntungan atau kerugian.

b) Risiko Translasi (Translation Risk)

Risiko translasi terkait dengan perubahan nilai tukar yang mempengaruhi laporan keuangan perusahaan multinasional.

Perusahaan yang memiliki aset dan kewajiban dalam mata uang asing akan melihat perubahan nilai tukar memengaruhi nilai total aset dan kewajiban mereka dalam laporan keuangan.

c) Risiko Ekonomi (*Economic Risk*)

Risiko ekonomi terkait dengan dampak fluktuasi nilai tukar terhadap nilai proyeksi pendapatan dan biaya di masa depan. Ini mempengaruhi daya saing perusahaan di pasar global, terutama jika harga produk atau layanan dipengaruhi oleh nilai tukar.

d) Risiko Repatriasi (*Repatriation Risk*)

Ini adalah risiko yang dihadapi oleh perusahaan multinasional ketika mencoba mengambil kembali keuntungan atau modal yang diperoleh dari anak perusahaan atau operasi di luar negeri. Fluktuasi nilai tukar dapat mempengaruhi jumlah uang yang diterima ketika keuntungan atau modal repatriasi.

e) Risiko Pengembalian (*Return Risk*)

Risiko ini berkaitan dengan dampak perubahan nilai tukar terhadap pengembalian investasi asing. Investasi dalam mata uang asing dapat menghasilkan keuntungan atau kerugian tergantung pada pergerakan nilai tukar.

Perusahaan dapat mengambil berbagai tindakan untuk menghindari risiko nilai tukar salah satunya melalui *transfer pricing*, yang merupakan proses penetapan harga untuk transaksi antara unit bisnis yang berbeda di perusahaan berbagai negara. Tujuan utama dalam mengelola risiko nilai

tukar melalui *transfer pricing* adalah untuk meminimalkan fluktuasi nilai tukar yang dapat mempengaruhi laba dan arus kas perusahaan.

Proksi yang digunakan untuk mengukur *exchange rate* menurut (Baiti & Suryani, 2020) ialah :

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba / Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba / Rugi Sebelum Pajak}}$$

7. *Bonus Mechanism*

Menurut (Suwandi, 2022) menyatakan bahwa:

Mekanisme bonus adalah tindakan pemberian penghargaan yang diberikan dari pemilik perusahaan kepada karyawan dengan tujuan meningkatkan hasil kerja pegawai dalam upaya mencapai target perusahaan untuk mengoptimalkan profit.

Menurut (Badri et al., 2021) menyatakan bahwa :

Bonus adalah kompensasi atas kinerja atau pencapaian tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, penulis menarik kesimpulan bahwa mekanisme bonus ialah pemberian kompensasi atau penghargaan kepada karyawan atas pencapaian tujuan atau target yang ditetapkan sekaligus bertujuan untuk meningkatkan kinerja.

Mekanisme bonus berakar dalam teori agensi, yang membahas hubungan antara pemilik dan agen dalam situasi di mana ada perbedaan

kepentingan. Ini seringkali ditemukan dalam konteks perusahaan dimana manajer (agen) ditugaskan untuk mengelola aset perusahaan yang dimiliki oleh pemilik (pemegang saham). Kontrak atau perjanjian antara pemilik dan agen digunakan untuk menciptakan insentif bagi agen untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik. Sistem bonus atau kompensasi yang efektif dapat memberikan kepuasan kepada karyawan dan pada saat yang sama memungkinkan perusahaan untuk merekrut, mempekerjakan, dan mempertahankan karyawannya, selain itu juga dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Pemberian bonus dalam konteks pengelolaan sumber daya manusia dan manajemen keuangan perusahaan melibatkan berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan dengan cermat. Berikut adalah beberapa aspek dalam pemberian bonus:

a) Tujuan Bonus

Perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas dalam memberikan bonus. Tujuan ini dapat berkisar dari meningkatkan kinerja karyawan, memotivasi pencapaian target tertentu, hingga mempertahankan karyawan berkinerja tinggi.

b) Sistem Pengukuran Kinerja

Bonus sering kali terkait dengan pengukuran kinerja. Perusahaan perlu memiliki sistem yang objektif dan adil untuk mengukur kinerja karyawan. Ini dapat mencakup evaluasi kinerja tahunan, pencapaian target, atau indikator kinerja khusus.

c) Keadilan dan Transparansi

Proses penentuan bonus harus adil dan transparan. Karyawan harus tahu bagaimana bonus mereka dihitung dan apa yang diperlukan untuk memenuhi syarat bonus. Ketidakjelasan atau ketidakadilan dalam penentuan bonus dapat mengganggu motivasi karyawan.

d) Efek Keuangan Perusahaan

Perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya finansial yang cukup untuk membayar bonus. Bonus yang tidak terpenuhi dapat berdampak buruk pada kepercayaan karyawan.

e) Pemantauan dan Evaluasi

Setelah bonus diberikan, perusahaan perlu memantau dampaknya terhadap kinerja karyawan dan mencari tahu apakah tujuan bonus telah tercapai. Evaluasi berkala dapat membantu menyesuaikan sistem bonus jika diperlukan.

Cara yang umumnya digunakan oleh perusahaan untuk memberikan insentif kepada manajer adalah melalui mekanisme bonus berbasis profitabilitas. Biasanya, pemilik perusahaan menggunakan sistem bonus ini untuk membantu peningkatan kinerja karyawan, yang pada gilirannya diharapkan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi setiap tahunnya. Dengan berpatokan terhadap laba, tentunya agar insentif atau bonus yang diterima semakin maksimal, akan membuat manajer berusaha untuk meningkatkan laba dengan salah satunya menggunakan *transfer pricing*. Hal ini sesuai dengan hipotesis rencana bonus, yang menyatakan

bahwa manajer yang menerapkan kebijakan bonus akan cenderung memilih cara untuk mengarahkan keuntungan dari periode mendatang ke periode berjalan. Dalam hipotesis ini disebutkan bahwa faktor yang mendorong manajer untuk melaporkan laba secara optimistis dalam periode tertentu adalah bonus atau kompensasi. Hal ini disebabkan oleh hubungan yang ada antara bonus yang diterima oleh manajer dengan kinerja yang mereka capai, yang tercermin dalam laba yang tercantum dalam laporan keuangan. Semakin tinggi laba yang dilaporkan, semakin besar pula kompensasi yang akan mereka terima.

Proksi yang digunakan untuk mengukur mekanisme bonus menurut (Badri et al., 2021) menggunakan indeks trend laba bersih yang dirumuskan dengan:

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

8. *Transfer Pricing*

a) *Pengertian Transfer Pricing*

Menurut (Darussalam et al., 2022) menyatakan bahwa:

Transfer pricing adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Menurut (Jayanti & Supadmi, 2023) menyatakan bahwa :

Transfer pricing merupakan harga suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak terkait.

Jadi berdasarkan pengertian yang sudah dijelaskan, penulis menarik kesimpulan bahwa *transfer pricing* ialah penetapan harga atas suatu transaksi baik itu barang, jasa, dan lainnya antara perusahaan yang berafiliasi.

Perusahaan menggunakan kebijakan *transfer pricing* untuk menetapkan harga transfer untuk barang, jasa, aset tak berwujud, dan transaksi keuangan. Menurut (Mineri & Paramitha, 2021) *transfer pricing* terdiri dari 2 kelompok transaksi yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. Transaksi *intra-company transfer pricing* merujuk pada transaksi antara unit bisnis atau anak perusahaan yang berada di bawah entitas perusahaan yang sama. Ini berarti bahwa transaksi terjadi dalam internal perusahaan. Tujuan utama dari *intra-company transfer pricing* adalah untuk memastikan alokasi aset, sumber daya, dan keuntungan antara unit-unit bisnis internal yang adil dan sesuai dengan nilai pasar. Penetapan harga transfer ini digunakan untuk tujuan internal, seperti perencanaan keuangan, pengukuran kinerja, dan pengambilan keputusan strategis. Sedangkan transaksi *inter-company transfer pricing* merujuk pada transaksi antara unit bisnis atau anak perusahaan yang berbeda yang merupakan entitas

hukum yang terpisah, biasanya di berbagai negara. Tujuan utama dari *inter-company transfer pricing* adalah untuk memastikan bahwa harga yang digunakan untuk mentransfer barang, jasa, atau aset antara perusahaan tersebut sesuai dengan nilai pasar serta mematuhi peraturan pajak yang berlaku di masing-masing negara.

Selain pengertian *transfer pricing* secara netral, istilah *transfer pricing* juga sering disangkut pautkan sebagai sesuatu yang memiliki makna *pejorative* dimana diartikan sebagai pengalihan suatu penghasilan atau kekayaan antar perusahaan yang berafiliasi dengan tujuan untuk menghindari pembayaran pajak yang besar. Makna *pejorative* tersebut juga mengandung makna sebagai manipulasi *transfer pricing*, yang merupakan kegiatan penetapan harga transfer yang melanggar prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

Proksi yang digunakan untuk mengukur dan mengidentifikasi *transfer pricing* menurut (Wiharja & Sutandi, 2023) menggunakan *Related Party Transaction / RPT* dengan rumus:

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

Sedangkan menurut (Rohima et al., 2023) *RPT* dapat dirumuskan dengan liabilitas atau *RPTL* dengan menggunakan rumus:

$$RPT = \frac{RPTL}{\text{Total Hutang}}$$

b) Skema *Transfer Pricing*

Tujuan daripada perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* salah satunya adalah agar dapat melakukan penghematan pajak.

Berikut merupakan ilustrasi praktik dari *transfer pricing* :

PT A yang berada di negara X memiliki anak perusahaan yaitu B Ltd. yang berkedudukan di negara Y. Produksi produk dilakukan di anak perusahaan yaitu B Ltd, dan selanjutnya dijual di negara X. Tarif pajak dari negara X adalah 25% sedangkan tarif pajak dari negara Y adalah 10%.

	B Ltd. Negara Y Tarif 10%	PT A Negara X Tarif 25%
Penjualan	150.000.000	180.000.000
HPP	70.000.000	150.000.000
Laba Kotor	80.000.000	30.000.000
Biaya Usaha	15.000.000	8.000.000
Laba Bersih	65.000.000	22.000.000
Pajak	6.500.000	5.500.000

Gambar II.1

Perhitungan Pajak B Ltd. dan PT A Awal

Sumber : *data diolah peneliti, 2023*

Pada gambar II.1 dapat dilihat apabila harga transfer yang digunakan oleh B Ltd. ke PT A adalah 150.000.000, maka pajak yang harus di bayarkan totalnya adalah 12.000.000 atau (6.500.000 + 5.500.000). Apabila harga transfer yang digunakan oleh B Ltd. adalah

165.000.000, maka total pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan adalah 9.750.000 sehingga terjadi penghematan pajak sebesar 2.250.000. Berikut adalah gambaran perhitungan apabila harga transfer yang digunakan adalah 165.000.000.

	B Ltd. Negara Y Tarif 10%	PT A Negara X Tarif 25%
Penjualan	165.000.000	180.000.000
HPP	70.000.000	165.000.000
Laba Kotor	95.000.000	15.000.000
Biaya Usaha	15.000.000	8.000.000
Laba Bersih	80.000.000	7.000.000
Pajak	8.000.000	1.750.000

Gambar II.2

**Perhitungan Pajak B Ltd. dan PT A
Setelah Perubahan Harga Transfer**

Sumber : *data diolah peneliti, 2023*

c) *Metode Transfer Pricing*

Berikut merupakan 3 metode penentuan harga transfer yang masuk ke dalam kategori *traditional transaction methods* dimana dianggap sebagai metode yang lebih diutamakan dalam penentuan harga transfer dibandingkan dengan *transactional profit methods*.

1. Metode perbandingan harga antara pihak yang independen
(*comparable uncontrolled price method / CUP*)

Adalah metode yang digunakan untuk membandingkan harga transaksi barang ataupun jasa antara pihak independen dan pihak afiliasi untuk membuktikan apakah harga yang ditetapkan oleh pihak yang memiliki afiliasi sudah wajar. Kelebihan dari metode CUP dibandingkan dengan metode yang lain adalah metode CUP merupakan metode yang langsung menganalisis kedua belah pihak yaitu pihak afiliasi dan pihak independen sehingga perbandingannya merefleksikan harga yang sesuai dengan harga wajar. Selain itu juga metode ini cocok digunakan untuk transaksi yang melibatkan produk komoditas. Sedangkan kekurangan dari metode CUP adalah sulitnya untuk menemukan transaksi independen yang sama mengingat bahwa kesebandingan dilakukan berdasarkan faktor jenis produk, aset tak berwujud, ataupun jasa yang ditransaksikan.

Metode CUP dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:

Harga Wajar / Sebanding

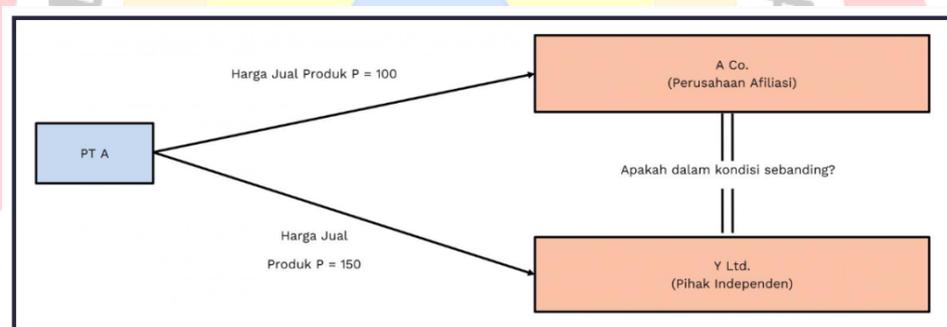
Harga Pihak Afiliasi = Harga Pihak Independen

Harga Tidak Wajar / Tidak Sebanding

Harga Pihak Afiliasi \neq Harga Pihak Independen

Sumber : diolah oleh penulis, 2023

Ilustrasi sederhana metode CUP dapat dilihat pada gambar II.1, dimana PT A melakukan penjualan kepada A Co. sebagai perusahaan afiliasi sebesar US\$100. PT A juga menjual produk P tersebut kepada Y Ltd. (pihak independen) dengan harga sebesar US\$150. Untuk menentukan apakah produk yang dijual PT A ke A Co. (pihak afiliasi) masih dalam harga wajar, maka harus diketahui apakah produk yang dijual memiliki jenis yang sama dengan produk yang dijual ke Y Ltd. (pihak independen). Apabila terdapat perbedaan material, maka perbedaan tersebut dapat dilakukan penyesuaian sepanjang didukung oleh data-data yang valid.



Gambar II.3

Ilustrasi Metode CUP

Sumber : (Darussalam et al., 2022)

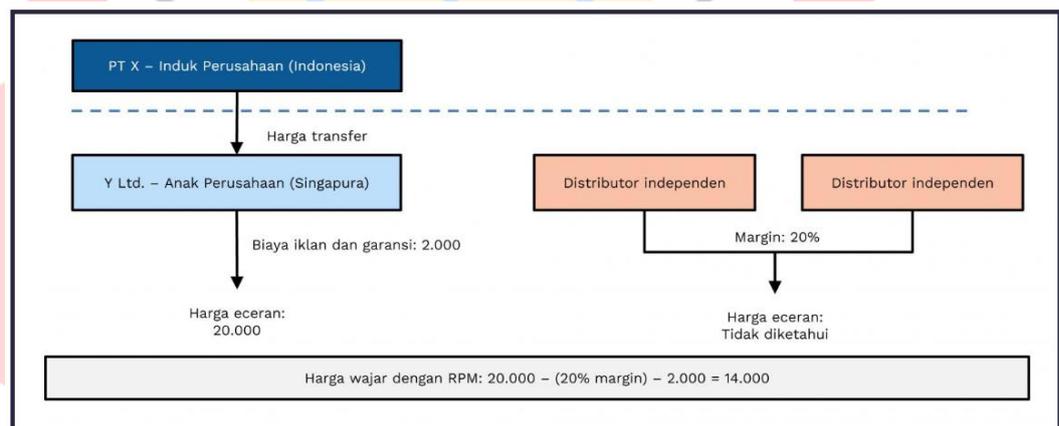
2. Metode harga penjualan kembali (*resale price method / RPM*)

Metode RPM adalah cara untuk menilai kompensasi yang wajar untuk tindakan distribusi atau pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan (Darussalam et al., 2022). Penentuan harga

wajar dengan menggunakan metode RPM dilakukan dengan mengurangkan harga jual kepada pihak independen atas suatu produk yang dibeli dari perusahaan afiliasi dengan suatu laba kotor yang wajar yang biasanya dihitung berdasarkan persentase terhadap penjualan. Rumus yang digunakan dengan menggunakan metode RPM menurut (Darussalam et al., 2022)

$$\text{Harga wajar} = \text{Harga jual kembali} - \text{Laba kotor yang wajar untuk reseller}$$

Berikut merupakan ilustrasi dari metode RPM :



Gambar II.4

Ilustrasi Metode RPM

Sumber : (Darussalam et al., 2022)

Dari gambar II.2 tersebut, diketahui bahwa PT X di Indonesia melakukan penjualan produk ke anak perusahaan yang berada di Singapura yaitu Y Ltd. dengan kepemilikan 100%. Kemudian Y Ltd. menjual kembali produk tersebut kepada pihak independen sebesar US\$20.000 dimana didalamnya Y Ltd. juga

mengeluarkan biaya iklan dan garansi sebesar US\$2.000. Kemudian dari data pembanding ditunjukkan bahwa laba kotor yang wajar adalah 20%. Dengan demikian, maka harga wajar produk dari PT X ke Y Ltd. adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Harga wajar} &= \text{US\$}20.000 - (20\% \times 20.000) - 2.000 \\ &= \text{US\$}14.000 \end{aligned}$$

3. Metode biaya-plus (*cost-plus method / C+*)

Untuk menentukan harga transfer, metode C+ menambah tingkat laba kotor wajar dari transaksi pihak yang diuji dengan pihak independen atau pihak independen lainnya. Perhitungan harga wajar menggunakan metode C+ dilakukan melalui penambahan biaya produksi dengan laba (*markup*) yang wajar. Dimana, perhitungan *markup* yang wajar dilakukan dengan membagi laba kotor dan harga pokok penjualan. Berikut merupakan rumus dalam metode C+ menurut (Darussalam et al., 2022):

$$\text{Harga wajar} = \text{biaya produksi (cost base)} + \text{laba (markup) wajar}$$

Ilustrasi mengenai metode C+ dapat digambarkan melalui contoh berikut ini. PT A yang berada di Indonesia memiliki anak perusahaan J Corp. yang berada di Malaysia. PT A menjual barang setengah jadi kepada J Corp. dimana biaya standar pabrikasi per unitnya adalah US\$6.000. Kemudian ditemukan

transaksi perusahaan sebanding yang mengaplikasikan 5% *markup* diatas biaya standar. Dengan begitu, maka perhitungan harga transfer wajar dari PT A ke J Corp. sebagai berikut:

Biaya standar per unit	: US\$6.000
<i>Markup</i> perusahaan sebanding (5%)	: US\$ 300
Harga transfer menurut metode C+	: US\$6.300

Selain dari *traditional transaction methods*, terdapat juga metode penentuan transfer pricing yang masuk ke dalam kelompok *transactional profit methods*. Jika dalam melakukan analisis perbandingan harga transfer data perusahaan pembanding tidak tersajikan dengan lengkap sehingga data pembanding dikatakan tidak cukup andal, maka metode transaksional dapat digunakan untuk penghitungan harga transfer. Berikut yang termasuk kedalam metode transaksional adalah :

1. Metode laba bersih transaksional (*transactional net margin method* / TNMM)

Metode TNMM membandingkan persentase laba bersih operasi dengan biaya, penjualan, aktiva, atau dasar lainnya dalam transaksi hubungan istimewa perusahaan dengan persentase laba bersih operasi yang didapatkan dari transaksi pihak independen. Perhitungan metode TNMM menurut (Darussalam et al., 2022) dirumuskan dengan :

Laba Bersih
Penjualan

Contoh ilustrasi dari penerapan metode TNMM adalah PT A yang berkedudukan di Indonesia menjual hasil produksinya ke perusahaan afiliasinya yaitu B Ltd. Diketahui HPP produknya adalah US\$5.000 dan biaya operasinya sebesar US\$500. Kemudian ditemukan perusahaan sebanding, namun memiliki perbedaan fungsi dimana perusahaan sebanding memberikan garansi produk yang tidak dapat diidentifikasi secara jelas, sehingga PT A tidak dapat menerapkan metode tradisional karena tidak ada pembanding yang andal untuk menentukan harga transfer. Juga diketahui bahwa perusahaan pembanding melaporkan persentase laba dibanding penjualan sebesar 10%. Maka, perhitungan harga transfer menggunakan metode TNMM adalah sebagai berikut:

HPP PT A	: US\$5.000
Biaya Operasi	: US\$ 500
Total Biaya	: US\$5.500
Mark up pembanding (10%)	: US\$ 550
Harga transfer metode TTNM	: US\$6.050

2. Metode Pembagian Laba (*profit split method* / PSM)

Metode PSM adalah metode penentuan harga transfer berbasis laba transaksional. Ini dihitung dengan menemukan laba gabungan dari transaksi afiliasi menggunakan metode kontribusi

atau metode sisa pembagian laba. Jadi, harga transfer ditentukan dengan membagi laba gabungan kepada pihak afiliasi berdasarkan kontribusi yang dilakukan (Darussalam et al., 2022) yang digambarkan dengan rumus berikut:

$\text{Laba kontribusi} = \frac{\text{Laba Gabungan}}{\text{Persentase Kontribusi}}$
$\text{Harga Wajar} = \text{Biaya produksi} + \text{Laba berdasar kontribusi}$

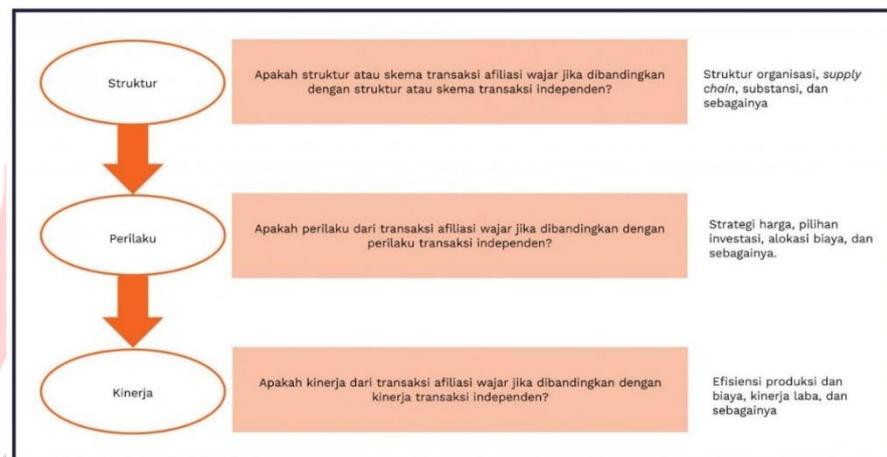
Dengan demikian metode pembagian keuntungan khusus hanya dapat digunakan dalam situasi berikut:

- Transaksi antar pihak afiliasi saling berhubungan satu sama lain, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan kajian secara terpisah
- Sulit untuk menemukan data pembanding yang tepat karena ada barang tidak berwujud yang unik antara pihak yang bertransaksi

d) Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha

Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's length principle/ALP*) ialah prinsip yang mengatur bahwa jika kondisi dalam suatu transaksi yang melibatkan pihak yang memiliki hubungan istimewa sebanding dengan kondisi dalam suatu transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa, maka kondisi tersebut dapat dianggap sebagai perbandingan, dimana harga transaksi yang melibatkan pihak yang memiliki hubungan istimewa

harus setara atau masih dalam kisaran harga atau keuntungan transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa sehingga dapat dibandingkan. Berikut merupakan konteks yang terkandung di dalam prinsip kewajaran dan kelaziman usaha:



Gambar II.5

Konteks Arm's Length Principle

Sumber : (Darussalam et al., 2022)

Secara umum, masalah utama (*main issue*) yang harus diteliti dalam pengujian kewajaran tiap tipe transaksi yang memiliki hubungan istimewa adalah ;

- Penentuan hubungan istimewa karena penerapan kewajaran dan kelaziman usaha hanya dilakukan terhadap transaksi yang terjadi antara pihak dengan hubungan istimewa;
- Karakter kegiatan usaha dalam transaksi antar pihak yang mempunyai hubungan istimewa;

- Analisis kesebandingan termasuk analisis fungsi, aset, dan risiko, penentuan pihak yang diteliti/diperiksa dan transaksi yang diuji;
- Pemilihan metode *Transfer Pricing*;
- Penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

e) Pengungkapan Hubungan Istimewa

Dalam transaksi yang dimiliki oleh pihak-pihak yang beroperasi secara mandiri (tanpa adanya pengaruh dari hubungan khusus atau kepentingan tertentu), dapat dipastikan bahwa transaksi tersebut telah memenuhi prinsip kewajaran dan normalitas usaha. Hal ini dikarenakan setiap pihak akan berupaya mencapai keuntungan maksimal bagi dirinya sendiri yaitu penjual akan berusaha menjual dengan harga tertinggi yang memungkinkan, sedangkan pembeli akan berupaya memperoleh harga yang paling rendah. Oleh karena itu, dalam transaksi antara pihak-pihak independen, harga pasar yang terjadi akan mencerminkan konsep permintaan dan penawaran.

Namun, situasinya akan berbeda ketika transaksi dipengaruhi oleh pihak yang memiliki hubungan atau keterkaitan (afiliasi). Harga yang terbentuk dalam situasi ini akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain semata-mata kepentingan penjual dan pembeli untuk mencapai harga yang sesuai. Karena itu, baik dari segi bisnis maupun aspek perpajakan, entitas diwajibkan untuk mengungkapkan pihak-pihak yang terafiliasi dalam laporan keuangannya.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya digunakan sebagai referensi untuk menambah teori yang ada dalam penelitian saat ini. Beberapa penelitian terdahulu dari beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel II.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Jessica Alodia Wiharja, Sutandi (2023)	Pengaruh <i>Effective Tax Rate, Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Perusahaan IDX 30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel <i>effective tax rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>; 2. Variabel <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>; 3. Variabel <i>debt covenant</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>; 4. <i>Effective tax rate, tunneling incentive</i> dan <i>debt covenant</i> secara simultan berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>.
2	Giffari	Mekanisme Bonus,	1. Mekanisme Bonus tidak

	Arfananda, Amor Marundha, Uswatun Khasanah (2023)	Ukuran Perusahaan, Debt Covenant Dan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2022	berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. <i>Debt covenant</i> tidak berpengaruh <i>transfer pricing</i>
3.	Hilda Selistiawati, Farid Addy Sumantri (2022)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Intangible Asset</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2020	1. Pengujian simultan pada variabel <i>Laverage</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Intangibel Assets</i> tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> ; 2. Variabel <i>laverage</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> ; 3. Variabel <i>tunneling incentive</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> ; 4. Variabel <i>intangible assets</i> tidak memiliki pengaruh

			terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
4.	Helen Imedia Suwandi (2022)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pajak tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>; 2. <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>; 3. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>; 4. Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus secara simultan memiliki pengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>.
5.	Michelle Filantropy Mineri, Melvie Paramitha (2021)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus dan Profitabilitas Terhadap <i>Transfer Pricing</i> Data Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i>; 2. Variabel <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i>; 3. Variabel Mekanisme Bonus

		Manufaktur yang Terdaftar di BEI	tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> ; 4. Variabel Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
6.	Nisa Lutfiati, Eva Anggra Yunita (2021)	Pengaruh Pajak, Profitabilitas, <i>Debt Covenant</i> , dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019.	1. Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> ; 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> ; 3. <i>Debt covenant</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> ; 4. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
7.	Amilia Riska, Saiful Anwar	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Bonus Mechanism</i> , <i>Debt Covenant</i> Dan	1. <i>Tunneling incentive</i> mempengaruhi keputusan <i>transfer pricing</i> ; 2. <i>Bonus mechanism</i>

	(2021)	<i>Tax Minimization Terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Industri Tahun 2015-2019 yang Terdaftar di BEI</i>	mempengaruhi keputusan <i>transfer pricing</i> ; 3. <i>Debt covenant</i> tidak dapat mempengaruhi keputusan <i>transfer pricing</i> ; 4. <i>Tax minimization</i> tidak dapat mempengaruhi keputusan <i>transfer pricing</i> .
8.	Juarsa Badri, Nidia Anggreni Das, Yosep Eka Putra (2021)	Pengaruh Minimalisasi Pajak, Mekanisme Bonus Kepemilikan Asing Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Multinasional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	1. Minimalisasi pajak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> 2. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> 3. Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>
9.	Ahmad Junaidi, Nensi Yuniarti	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive, Debt Covenant</i> , dan	1. Pajak berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> ; 2. <i>Tunneling incentive</i> tidak berpengaruh positif terhadap

	(2020)	<p>Profitabilitas Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)</p>	<p><i>transfer pricing</i>;</p> <p>3. <i>Debt covenant</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i>;</p> <p>4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i>.</p>
10.	Helti Cledy, Muhammad Nuryatno Amin (2020)	<p>Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>1. Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i>;</p> <p>2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i>;</p> <p>3. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i>;</p>

		(BEI) Periode 2016-2018	5. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> .
11.	Nurul Baiti, Suryani (2020)	Pengaruh <i>Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, Exchange Rate</i> Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)	1. Secara parsial <i>effective tax rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> ; 2. Secara parsial <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh negatif terhadap <i>transfer pricing</i> ; 3. Secara parsial <i>Exchange Rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> ; 4. Secara parsial Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
12.	Desi Alfiatus Sarifah,	Dampak <i>Effective Tax Rate (ETR), Tunneling Incentive</i>	1. <i>Effective tax rate (ETR)</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> ;

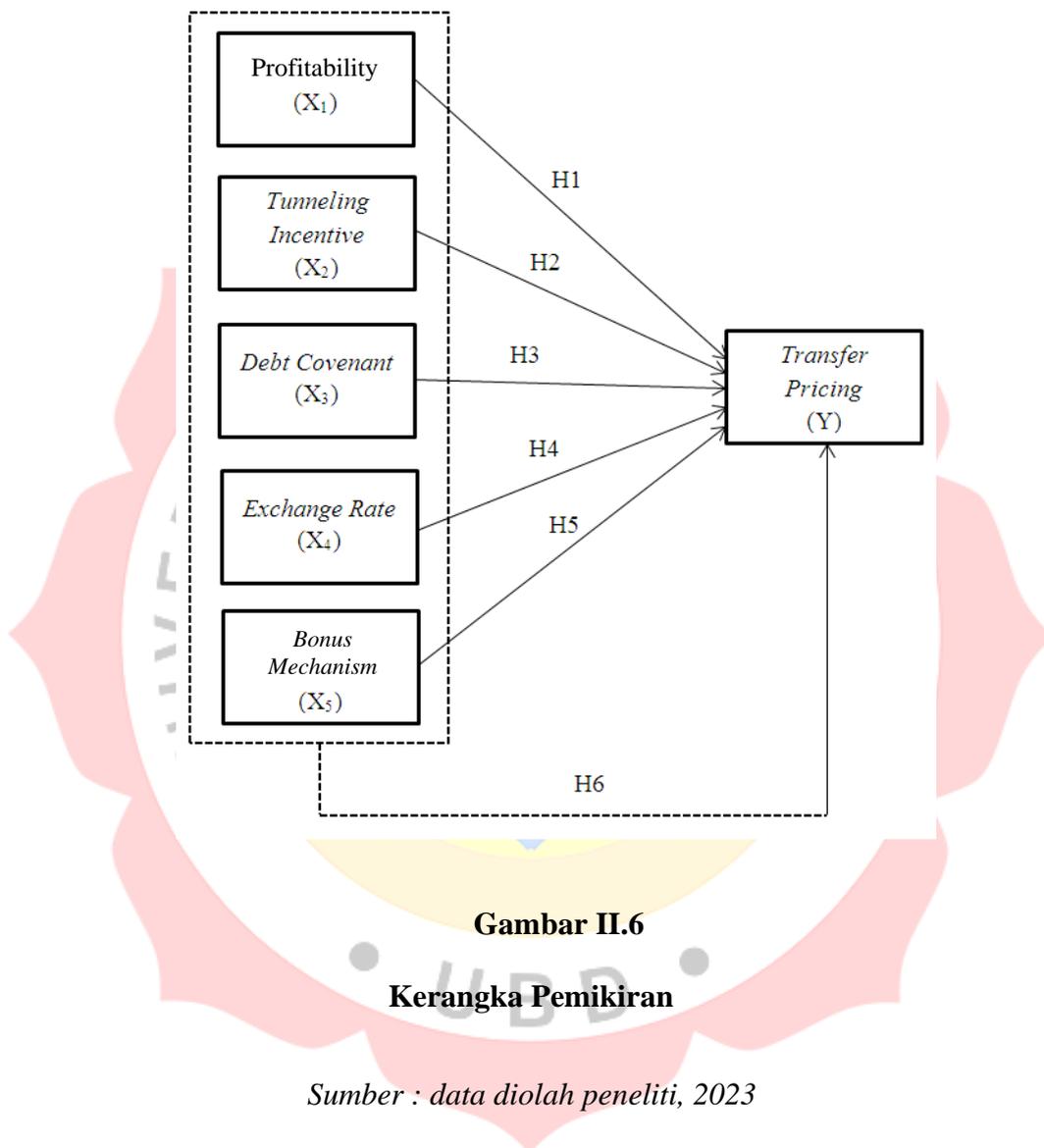
<p>Diyah Probowulan, Astrid Maharani (2019)</p>	<p>(TNC), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB), dan <i>Exchange Rate</i> Pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI)</p>	<p>2. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>;</p> <p>3. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> perusahaan;</p> <p>4. <i>Exchange rate</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i>.</p>
---	---	--

Sumber : data diolah peneliti, 2023

C. Kerangka Pemikiran

Konsep tentang bagaimana variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) berhubungan satu sama lain dijelaskan dalam kerangka pemikiran. Adapun kerangka berpikir pada penelitian ini menggambarkan hubungan pengaruh *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Sesuai dengan judul tersebut, maka kerangka berpikir dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar II.6
Kerangka Pemikiran

Sumber : data diolah peneliti, 2023

Keterangan :

- X_1 : Profitability
- X_2 : Tunneling Incentive
- X_3 : Debt Covenant
- X_4 : Exchange Rate

X_5 : *Bonus Mechanism*

Y : *Transfer Pricing*

—→ : Pengaruh secara parsial

---→ : Pengaruh secara simultan

D. Perumusan Hipotesa

1. Pengaruh *profitability* terhadap *transfer pricing*

Profitabilitas menjadi indikator yang dapat difungsikan untuk mengukur tingkat kemampuan keuangan perusahaan. Rasio tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasinya untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang umumnya berusaha untuk melakukan manajemen pada profitabilitasnya dapat menyesuaikan harga melalui *transfer pricing* untuk dapat mengurangi ataupun meningkatkan keuntungannya, tergantung pada kepentingan atau tujuan tertentu seperti meningkatkan efektivitas kinerja keuangan di mata investor ataupun juga untuk melakukan manajemen pajak melalui pengaturan laba. Pemikiran ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020), yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dimana semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi juga tingkat agresivitas *transfer pricing*. Tetapi hal tersebut berbeda dengan penelitian dari (Lutfianti & Yunita, 2021), dengan memaparkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan yang

mempunyai tingkat profitabilitas tinggi justru merupakan perusahaan yang terindikasi baik dan juga target laba yang diinginkan sudah tercapai sehingga tidak perlu melakukan *transfer pricing* guna memperbesar laba. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dirumuskanlah hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁ : Profitability berpengaruh terhadap transfer pricing

2. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*

Adanya konflik kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas, dimana perusahaan hanya berkonsentrasi kepada satu kepentingan, sehingga dapat berdampak pada tindakan *tunneling*. Menurut (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020), menjelaskan bahwa cara melakukan *tunneling* adalah dengan melakukan pembelian dan penjualan barang atau jasa yang nilainya tidak sesuai dengan nilai wajarnya. Dengan melakukan *tunneling* tersebut melalui transfer aset atau laba ke perusahaan afiliasi, hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas karena semakin minim juga dividen yang akan diperoleh. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wiharja & Sutandi, 2023) dengan menyimpulkan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana praktik penjualan antar pihak afiliasi digunakan untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham mayoritas. Sedangkan penelitian dari (Wijaya & Amalia, 2020) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak

mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* dimana dengan memiliki jumlah saham yang banyak belum tentu dapat mempengaruhi perusahaan dalam membuat keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂ : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*

3. Pengaruh *debt covenant* terhadap *transfer pricing*

Penelitian yang dilakukan oleh (Lutfianti & Yunita, 2021) menyimpulkan bahwa *debt covenant* mempunyai pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Dimana, jika perusahaan mendapat rasio hutang yang lebih tinggi, mereka lebih cenderung menghindari melanggar kontrak hutang melalui *transfer pricing*. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian dari (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020) yang menyimpulkan bahwa *debt covenant* mempunyai positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Sebagaimana perjanjian hutang yang diatur dan disepakati oleh penerima pinjaman dan pemberi pinjaman, maka penerima pinjaman wajib menaati syarat-syarat yang ditetapkan. Semakin tinggi tingkat pinjaman yang dimiliki oleh perusahaan, maka perjanjian yang diatur oleh pemberi pinjaman pun akan semakin ketat, sehingga akan membuat perusahaan cenderung untuk melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan laba perusahaan melalui *transfer*

pricing untuk menghindari terjadinya pelanggaran kontrak. Berdasarkan pemaparan di atas, maka dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃ : *Debt Covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*

4. Pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing*

Exchange rate memiliki sifat yang relatif berubah ubah tergantung kepada tingkat penawaran dan permintaan terhadap mata uang tersebut. Dengan ketidakpastian tersebut, menyebabkan perusahaan multinasional perlu menjaga arus kasnya agar dapat melakukan pembayaran. Sehingga muncul motif perusahaan untuk memindahkan nilai tukar yang memiliki nilai lebih kuat melalui *transfer pricing*. Sesuai dengan penelitian dari (Sarifah et al., 2019) dengan menyimpulkan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana perbedaan nilai tukar yang terlihat pada laba atau rugi selisih kurs menunjukkan bahwa perusahaan multinasional mungkin melakukan alternatif untuk mengurangi risiko dari nilai tukar dengan mengalihkan dana ke mata uang yang lebih kuat melalui *transfer pricing*. Berdasarkan pemaparan di atas, maka dirumuskanlah hipotesis keempat sebagai berikut:

H₄ : *Exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*

5. Pengaruh *Bonus Mechanism* terhadap *transfer pricing*

Dengan adanya pemberian bonus kepada manajer ataupun direksi sebagai bentuk penghargaan atas kinerja yang dihasilkan oleh manajer, maka membuat manajer cenderung menjaga kinerja perusahaan agar selalu tampil baik dengan meningkatkan laba yang dimiliki. Dengan termotivasi atas bonus yang didapat tersebut, membuat manajer berusaha sebisa mungkin untuk terus meningkatkan laba perusahaan salah satunya adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Penelitian oleh (Riska & Anwar, 2021) menyimpulkan bahwa mekanisme bonus mempunyai pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana semakin tinggi laba maka semakin besar juga bonus yang akan didapatkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskanlah hipotesis kelima sebagai berikut:

H₅ : *Bonus mechanism* berpengaruh terhadap *transfer pricing*

6. Pengaruh *profitability, tunneling incentive, debt covenant, exchange rate, dan bonus mechanism* terhadap *transfer pricing*

Rasio profitabilitas yang tinggi, kepemilikan saham pengendali yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan, tingkat hutang yang tinggi dan ketatnya perjanjian hutang, risiko nilai tukar, serta kenaikan bonus merupakan faktor yang secara bersama-sama dapat memberikan peluang kepada perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskanlah hipotesis keenam sebagai berikut:

H₆ : Profitability, tunneling incentive, debt covenant, exchange rate, dan bonus mechanism berpengaruh terhadap transfer pricing



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kuantitatif untuk melakukan penelitian ini. Menurut (Fauzi et al., 2019) penelitian kuantitatif didasarkan pada ukuran kuantitas yang dapat diterapkan pada peristiwa yang diamati. Data pada penelitian kuantitatif terdiri atas angka yang dianalisa dengan menggunakan statistik. Data kuantitatif ialah data yang terdiri dalam bentuk angka yang mengindikasikan suatu jumlah atau besaran dengan menggunakan skala pengukuran interval ataupun skala rasio. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif difungsikan agar dapat melihat hubungan antara variabel dependen dan independen serta pengaruhnya.

Berdasarkan klasifikasi berdasarkan sumber data, jenis penelitian ini menggunakan data sekunder dimana data yang digunakan sudah diolah sebelumnya oleh pihak lain untuk kepentingan tertentu. Sumber dari data sekunder ini diperoleh dari buku, jurnal, laporan keuangan dan sumber relevan lainnya. Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism* terhadap *transfer pricing*.

B. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek dari laporan keuangan tahunan pada perusahaan manufaktur dimana sektor yang dipilih adalah sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia dalam rentang waktu 4 tahun yakni mulai dari tahun 2019 sampai dengan 2022. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan menurut Portal Informasi Indonesia, manufaktur berkontribusi sebesar 16,77% pada pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan I-2023, naik dari 16,39 persen menjadi 16,77 persen dibanding tahun sebelumnya.

C. Jenis dan Sumber Data

Data sekunder adalah data yang penulis gunakan pada penelitian ini. Kata sekunder berasal dari bahasa Inggris yaitu "*secondary*" yang berarti kedua. Oleh karena itu data tersebut didapatkan dari sumber yang mana datanya sudah diolah sebelumnya oleh pihak lain, yang kemudian dipublikasikan untuk kepentingan tertentu (Sinambela & Sinambela, 2021). Data penelitian ini merupakan laporan keuangan yang bersumber dari website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan juga dari website resmi masing-masing perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan serta sumber pendukung lainnya yang berasal dari jurnal-jurnal maupun studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah gabungan dari elemen-elemen baik itu berupa orang, peristiwa, benda, ataupun hal lainnya yang memiliki karakteristik serupa sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan peneliti dalam suatu penelitian. Tujuan melakukan populasi adalah agar dapat mengetahui dan menentukan berapa banyak sampel yang bisa didapatkan dari populasi dan membatasi daerah generalisasi yang berlaku. Namun terdapat juga penelitian yang menggunakan seluruh populasinya yang dikenal dengan sensus atau sampel total. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang relatif sedikit. Populasi dikaitkan dengan keseluruhan jumlah dari objek ataupun subjek yang akan diteliti. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 dengan total populasi berjumlah 75 perusahaan.

2. Sampel

Sampel ialah sumber data untuk melakukan penelitian yang terdiri dari bagian atau sub populasi yang benar-benar diambil datanya (Saat & Mania, 2019). Penelitian akan sulit dilakukan jika jumlah populasi yang ada sangat besar, terlebih jika sebaran populasi tersebut letak geografinya berada jauh satu sama lain. Sehingga dalam kondisi tersebut pada penelitian kuantitatif bisa memilih untuk meneliti beberapa sampel dari total populasi yang ada. Penentuan dari pemilihan sampel ini didasarkan

pada sampel yang telah memenuhi kriteria dan kelengkapan data yang sudah ditetapkan yakni dengan metode *purposive sampling*. Ciri dari *purposive sampling* adalah anggota sampel diseleksi berdasar pada tujuan dari penelitian. Pemilihan dengan metode *purposive sampling* ini dilakukan untuk mendapatkan sampel dengan kriteria yang sesuai dengan sasaran. Sampel yang baik adalah sampel yang dapat merepresentasikan populasi (Sinambela & Sinambela, 2021). Sampel diseleksi berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan, yakni:

- a. Perusahaan manufaktur dalam sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022
- b. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan di website resmi BEI maupun website masing-masing perusahaan selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 2019-2022
- c. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2019-2022
- d. Perusahaan yang menyajikan data laba/rugi selisih kurs pada laporan keuangan
- e. Perusahaan yang memiliki piutang pihak berelasi pada laporan keuangan
- f. Perusahaan yang memiliki saham pengendali sebesar 20% atau lebih

Table III.1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022	75
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan di website resmi BEI maupun website masing-masing perusahaan selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 2019-2022	(16)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2019-2022	(25)
4	Perusahaan yang tidak menyajikan data laba/rugi selisih kurs pada laporan keuangannya	(6)
5	Perusahaan yang tidak mempunyai piutang pihak berelasi	(11)
6	Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan saham pengendali sebesar 20% atau lebih	(1)
Outlier		(3)
Total Perusahaan Sampel		13
Periode observasi		4
Jumlah sampel data yang diteliti		52

Sumber : *Data diolah peneliti, 2023*

Dari kriteria-kriteria diatas, terdapat 13 perusahaan yang memenuhi kriteria dan dipilih ke dalam sampel, yaitu :

Table III.2
Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
3	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	MERK	Merck Indonesia Tbk
7	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
8	SCPI	Organon Pharma Indonesia Tbk
9	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
10	SKBM	Sekar Bumi Tbk
11	STTP	Siantar Top Tbk
12	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk
13	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber : *Data diolah peneliti, 2023*

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian dikenal dengan sebutan teknik pengumpulan data. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari website resmi www.idx.co.id atau juga berasal dari website resmi masing-masing perusahaan yang

mempublikasikan laporan keuangannya. Data yang diperoleh ini disebut sebagai data sekunder.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi tidak langsung yakni teknik dokumenter data sekunder yang berupa pengambilan data laporan keuangan tahunan perusahaan serta sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik studi literatur juga digunakan pada penelitian ini, dimana pengumpulan data didapatkan melalui penelaahan jurnal, buku, penelitian sebelumnya ataupun sumber lainnya yang memiliki informasi relevan dengan variabel yang sedang diteliti yakni variabel independen yang terdiri *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism*, serta variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Setelah seluruh data terkumpul, selanjutnya dilakukan pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yakni variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel dependen yang penulis gunakan pada penelitian ini ialah *transfer pricing*, sedangkan variabel independennya terdiri dari *profitability*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan *bonus mechanism*. Berikut merupakan penguraian dari setiap variabel :

1. Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi atau yang disebabkan oleh variabel bebas disebut sebagai variabel dependen (Sinambela & Sinambela, 2021). Variabel dependen pada umumnya dinotasikan dalam huruf *Y*. Pada penelitian ini, variabel dependennya adalah *transfer pricing* yang dihitung dengan rasio dari nilai transaksi pihak berelasi (*Related Party Transaction* / RPT). Praktik *transfer pricing* dalam transaksi dengan pihak berelasi dapat dicerminkan melalui piutang, dimana yang menandakan terjadi transaksi pada perusahaan dengan pihak berelasi secara kredit, sehingga menimbulkan piutang pihak berelasi. RPT dapat dirumuskan dengan :

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

Sumber : (Wiharja & Sutandi, 2023)

2. Variabel Independen

Variabel yang mempengaruhi variabel dependen disebut variabel independen, yang pada umumnya dinotasikan dalam huruf *X*. Variabel ini biasa dikenal dengan variabel bebas atau eksogen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas:

a. *Profitability*

Profitability diartikan sebagai rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, tingkat laba juga menjadi salah satu pertimbangan manajemen untuk mengatur

sedemikian rupa laba yang dihasilkan dengan mengurangi atau meningkatkan laba sesuai kepentingan perusahaan. Indikator dalam menentukan profitabilitas adalah dengan menggunakan *gross profit margin* / GPM. Rasio GPM memberikan gambaran mengenai bagaimana perusahaan mampu dalam menghasilkan keuntungan dari selisih antara nilai penjualan dan HPP yang menghasilkan laba kotor kemudian dibandingkan dengan total penjualannya. Rumus dalam menghitung GPM adalah sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

Sumber : (Siswanto, 2021)

b. Tunneling Incentive

Tunneling incentive diartikan sebagai pengalihan suatu laba atau aset yang dimiliki perusahaan kepada perusahaan yang masih memiliki relasi dimana dilakukan pemegang saham pengendali guna menguntungkan diri sendiri, namun atas tindakan tersebut, pemegang saham minoritas juga turut menanggung kerugian atas pengalihan laba atau aset tersebut. *Tunneling incentive* diukur dengan membandingkan persentase kepemilikan saham terbesar dengan seluruh saham yang beredar, dimana berdasarkan PSAK 15 menjelaskan jika investor memiliki 20% atau lebih dari kepemilikan saham, investor dianggap memiliki pengaruh yang signifikan. *Tunneling incentive* dirumuskan dengan perhitungan berikut:

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

Sumber : (Wiharja & Sutandi, 2023)

c. Debt Covenant

Adanya *debt covenant* atau kontrak hutang berguna untuk memberikan jaminan kepada pemberi pinjaman terhadap tindakan perusahaan yang dapat merugikan pihaknya, sehingga diatur lah sebuah perjanjian dengan syarat-syarat tertentu, seperti penetapan nilai ekuitas pada tingkat tertentu, guna meyakinkan pihak pemberi pinjaman bahwa perusahaan mampu untuk melunasi hutangnya. Semakin ketat perjanjian hutang, maka semakin dekat juga pelanggaran akuntansi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghindari terjadinya pelanggaran kontrak. Pengukuran *debt covenant* dilakukan dengan menggunakan proksi rasio hutang dan modal yang dirumuskan dengan perhitungan berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

Sumber : (Sari & Djohar, 2022)

d. Exchange Rate

Exchange rate atau nilai tukar mengukur nilai mata uang jika dikonversi ke nilai mata uang lain. Dengan adanya perubahan nilai tukar yang sifatnya fluktuatif, maka akan menyebabkan timbulnya risiko nilai tukar. Untuk menghindari risiko tersebut, perusahaan

akan memindahkan kas atau hartanya ke nilai mata uang yang lebih kuat agar dapat mempertahankan arus kasnya. *Exchange rate* dapat dirumuskan dengan perhitungan berikut:

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba / Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba / Rugi Sebelum Pajak}}$$

Sumber : (Baiti & Suryani, 2020)

e. Bonus Mechanism

Bonus Mechanism ialah strategi dalam bentuk pemberian bonus atau insentif kepada manajemen ataupun karyawan yang didasarkan pada kinerja dan kontribusinya terhadap perusahaan. Adanya sistem pemberian bonus tersebut, diharapkan perusahaan dapat membuat karyawan atau manajer dapat terus meningkatkan kinerjanya. Pemberian bonus biasanya didasarkan pada laba atau keuntungan perusahaan, dimana semakin maksimal laba yang dihasilkan maka bonus yang akan didapatkan juga semakin besar. Hal tersebut dapat memicu terjadinya manipulasi laporan keuangan oleh manajer agar bonus yang didapatkan semakin besar. Pengukuran mekanisme bonus dihitung dengan menggunakan indeks trend laba bersih yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

Sumber : (Badri et al., 2021)

Table III.3
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Transfer Pricing</i> (Y)	$RPT = \frac{\text{Total Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$	Rasio
<i>Profitability</i> (X ₁)	$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
<i>Tunneling Incentive</i> (X ₂)	$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$	Rasio
<i>Debt Covenant</i> (X ₃)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$	Rasio
<i>Exchange Rate</i> (X ₄)	$ER = \frac{\text{Laba / Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba / Rugi Sebelum Pajak}}$	Rasio
<i>Bonus Mechanism</i> (X ₅)	$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$	Rasio

Sumber : data diolah peneliti, 2023

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang penulis gunakan adalah kuantitatif. Ini dilakukan dengan cara mengklasifikasi data sesuai dengan variabel, membuat tabulasi dari semua sampel, menampilkan data berdasarkan variabel yang diteliti, dan menghitung serta menganalisis data agar dapat menguji hipotesis yang diusulkan sekaligus menjawab rumusan masalahnya. Jenis *Software* statistik yang penulis gunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 25. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan, yakni:

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif difungsikan untuk menganalisis data serta mendeskripsikan data sesuai dengan hasil tanpa ada maksud untuk menjadikan sebuah kesimpulan yang berlaku secara general (Sinambela & Sinambela, 2021). Uji statistik deskriptif terdiri dari nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*modus*), standar deviasi (*standard deviation*), penyimpangan (*variance*), persentase, maksimum, dan minimum. Statistik deskriptif ini digunakan agar data-data yang diolah dapat digambarkan dalam sebuah kesimpulan yang bermakna terkait objek penelitian melalui ukuran-ukuran statistik.

2. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat menentukan model regresi yang tepat, uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan kondisi data yang akan diolah. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan terdiri atas :

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan dengan tujuan agar mengetahui apakah sebaran data yang akan dianalisis normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel residual mempunyai distribusi normal pada model regresi. Distribusi normal adalah tanda model regresi yang baik. Metode uji satu sampel *Kolmogorov Smirnov* (Uji K-S) adalah teknik statistik nonparametrik yang digunakan dalam menguji normalitas data. Jika pada uji *Kolmogorov-Smirnov* hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi

normal. Jika hasil signifikansi lebih rendah dari 0,05 maka data dianggap tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Kondisi di mana variabel independen dalam model persamaan regresi linear saling berhubungan disebut multikolinearitas. Uji ini difungsikan untuk mengidentifikasi apakah ada penyimpangan dari multikolinearitas, dengan kata lain, untuk mengetahui apakah ada hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi (Sinambela & Sinambela, 2021). Ini dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan atau interkorelasi karena model regresi yang baik tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF), dimana nilai VIF diperoleh dari satu dibagi dengan nilai *tolerance* (Fauzi et al., 2019). Pada umumnya, standar nilai dalam menguji adanya multikolinearitas adalah *nilai tolerance* $\leq 0,1$ atau nilai $VIF \geq 10$. Dimana model regresi yang memiliki masalah multikolinearitas adalah model yang hasil pengujian nilai VIF nya lebih dari 10 atau jika nilai *tolerance* nya mendekati nilai nol atau kurang dari 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Kondisi yang dikenal sebagai heteroskedastisitas terjadi ketika *variance error term* pada model regresi bersifat tidak tetap (Fauzi et al., 2019). Lawan dari heteroskedastisitas adalah homokedastisitas

yang berarti *variance* pada model regresi bersifat tetap. Tujuan uji ini ialah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan *variance* pada model regresi dalam hal perbedaan residual antara pengamatan. Jika terjadi heterokedastisitas maka setiap perubahan pada variabel terikat menyebabkan residualnya berubah seiring dengan kenaikan atau penurunan variabel tersebut. Dengan kata lain, kesalahan akan meningkat seiring dengan peningkatan variabel terikat. Heterokedastisitas dideteksi dengan menggunakan grafik *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (sumbu X) yaitu nilai Y prediksi dan SRESID (sumbu Y) yaitu nilai residual regresi. Masalah heterokedastisitas dapat diidentifikasi apabila titik data hanya berkumpul diatas atau dibawah dan tersebar membentuk pola bergelombang yang melebar, menyempit, dan melebar kembali, Sebaliknya, masalah heteroskedastisitas tidak terjadi jika penyebaran titik data tidak memiliki pola dan menyebar diatas dan dibawah angka nol.

d. Uji Autokorelasi

Suatu kondisi dikatakan autokorelasi apabila *error term* pada satu observasi berkorelasi dengan *error term* observasi lainnya. Uji autokorelasi digunakan untuk menganalisis adakah korelasi dalam kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya $(t-1)$. Oleh karena itu, nilai pengganggu berpasangan secara autokorelasi daripada berpasangan secara bebas

apabila asumsi autokorelasi terjadi pada model prediksi. Jika data adalah rangkaian waktu atau runtut waktu, uji autokorelasi harus dilakukan. Ini karena nilai observasi sebelumnya sangat memengaruhi nilai sampel. Model regresi yang baik bisa dikatakan adalah model yang terbebas dari masalah autokorelasi. Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi korelasi adalah melalui uji Durbin Watson / *DW test*, dimana dasar penentuan keputusannya ditentukan berdasarkan :

- Jika $D-W < -2$ maka dapat disimpulkan ada autokorelasi positif dalam data.
- Jika $-2 < D-W < 2$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam data
- Jika $D-W > 2$ maka dapat disimpulkan ada autokorelasi negatif dalam data.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Hubungan antara variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas terdapat dalam regresi linear berganda (Sinambela & Sinambela, 2021). Berikut ini adalah persamaan regresi linear berganda yang penulis gunakan untuk memeriksa hipotesis :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Transfer Pricing

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien

X₁ = *Profitability*

X₂ = *Tunneling Incentive*

X₃ = *Debt Covenant*

X₄ = *Exchange Rate*

X₅ = *Bonus mechanism*

ϵ = *Error Term*

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengidentifikasi seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil atau bahkan mendekati nol menandakan kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu memiliki arti variabel independen menyediakan hampir semua data yang diperlukan untuk memperkirakan variasi dari variabel dependen.

Salah satu kekurangan utama menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap berapa banyak variabel independen yang diinput ke

dalam model. Tanpa memperdulikan apakah variabel independen tersebut memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen, R^2 selalu meningkat setiap kali satu variabel independen ditambahkan. Sehingga, para peneliti merekomendasikan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* saat menentukan model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik turun ketika satu variabel independen ditambahkan ke model.

5. Pengujian Hipotesa

Pengujian hipotesa ialah proses dimana dilakukan pengujian dengan tujuan untuk mengidentifikasi apakah hipotesis itu benar dan oleh karena itu dapat diterima atau tidak (Sinambela & Sinambela, 2021). Pada umumnya, hipotesis diajukan dalam dua model, yaitu hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nol (H_0). Hipotesis kerja dirancang dengan maksud untuk diterima sedangkan hipotesis nol sebaliknya yaitu untuk ditolak. Adapun untuk menguji hipotesa tersebut, digunakan uji statistik t dan uji statistik F sebagai berikut :

a. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Koefisien regresi dari setiap variabel independen dan variabel dependen dinilai dengan uji signifikan parsial. Pengujian hipotesa menggunakan uji statistik t didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

- Jika hasil pengujian $T_{hitung} > T_{tabel}$, dengan signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- Jika hasil pengujian $T_{hitung} < T_{tabel}$, dengan signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk mengidentifikasi apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan-sama (simultan). Hal ini juga dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesa menggunakan uji signifikan simultan didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

- Jika hasil pengujian $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menandakan bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika hasil pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menandakan bahwa variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.