

**PENGARUH BEBAN PAJAK, NILAI TUKAR, TUNNELING INCENTIVE PADA
TRANSFER PRICING
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Multinasional yang Lsting di Bursa
Efek Indonesia**

Shofa Khurul Ainiyah
shofaainiyah@gmail.com
Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of tax burden, exchange rate, and tunneling incentive on transfer pricing. While, tax burden was measured by Effective Tax Ratio (ETR), exchange rate was measured by having comparison between foreign exchange between profit and losses with corporate pre-tax profit, tunneling incentive was measured by having comparison between numbers of stock ownership with number of outstanding stocks. The research was quantitative. Furthermore, the data collection technigue used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 60 samples from 15 manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2014-2017. Moreover, as there were 4 outlier data, the data amount became 56. In addition, the data analysis technigue used logistic regressions analysis. The research result concluded tax burden, exchange rate, and tunneling incentive did not affect transfer pricing of manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2014-2017.

Keywords: tax burden, exchange rate, tunneling incentive, transfer pricing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari beban pajak, nilai tukar, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Beban pajak diukur dengan menggunakan *Effektif Tax Ratio* (ETR), nilai tukar diukur dengan menggunakan perbandingan antara laba atau rugi selisih kurs dengan laba sebelum pajak perusahaan, *tunneling incentive* diukur dengan menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham terbesar dengan jumlah saham yang beredar, sedangkan *transfer pricing* diukur dengan metode dikotomi yang melihat ada atau tidaknya penjualan kepada pihak berelasi. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel pada penelitian menggunakan metode *purpose sampling* dengan kriteria pada sampel telah ditentukan. Sehingga terdapat 60 sampel dari 15 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Terdapat 4 data *outlier* dalam penelitian ini sehingga data sampel berkurang menjadi 56. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban pajak, nilai tukar, dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017.

Kata kunci: beban pajak, nilai tukar, *tunneling incentive*, *transfer pricing*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian yang semakin cepat menjadikan batasan antar suatu negara yang menyebabkan adanya perbedaan waktu, lokasi, dan kondisi menjadi sesuatu yang tidak begitu berarti bagi para pelakunya. Lantas, kemudahan-kemudahan yang tercipta dari pertumbuhan dan perkembangan perekonomian inilah yang membuat proses transaksi perdagangan antarnegara juga semakin mudah untuk dilakukan. Kemudahan proses transaksi perdagangan seperti saat ini memicu banyak perusahaan besar yang mulai berlomba mendirikan anak perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Apabila suatu perusahaan mendirikan anak perusahaan di luar negeri, maka secara tidak langsung hal ini akan mencetuskan terbentuknya sebuah perusahaan multinasional.

Perusahaan multinasional memperoleh keuntungan yang berasal dari pergeseran pendapatan antara negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak rendah. Hal tersebut yang membuat perusahaan multinasional memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* untuk menekan besarnya biaya pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan. Menurut Simamora (1999), *transfer pricing* diartikan sebagai nilai atau harga jual khusus yang digunakan dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). *Transfer pricing* dapat juga didefinisikan sebagai transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau menurunkan harga (*mark down*), kebanyakan dilakukan oleh perusahaan multinasional (*multinational enterprise*).

Dalam sektor perpajakan, praktik *transfer pricing* sering kali dilakukan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Mangoting, 2000: 80). Semakin besar jumlah keuntungan perusahaan semakin besar pula jumlah beban pajak yang harus ditanggung maka hal inilah yang akan membuat perusahaan semakin terpacu untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan supaya dapat menekan jumlah beban pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Selain alasan pajak, praktik *transfer pricing* pun juga dipengaruhi oleh alasan non pajak seperti nilai tukar dan *tunneling incentive*. Menurut penelitian yang dilakukan Hartati et al (2014) *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas. Selanjutnya dibahas lebih lanjut oleh Wafiroh (2015) mengenai *tunneling incentive* dapat dilakukan yaitu dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya meskipun sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan kegiatan usahanya atau menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi).

Sedangkan nilai tukar mata uang asing (*exchange rate*) menurut Mulyani (2014) mengatakan bahwa harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya (*kurs*) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) mata uang tersebut. Hubungan nilai tukar dengan perdagangan internasional sangat erat, karena arus kas perusahaan multinasional didominasi dalam beberapa mata uang. Nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar. Akan tetapi hal tersebut dapat berbeda seiring dengan perbedaan waktu. nilai tukar yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional (Marfuah, 2014).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2017) menyatakan bahwa adanya pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi beban pajak perusahaan semakin mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017), Akbar (2015), Mispianiti (2015) menunjukkan pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh nilai tukar (*exchange rate*) terhadap *transfer pricing* juga telah dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) yang menyatakan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Tetapi dalam penelitian Andraeni (2017) menemukan hasil yang berbeda yaitu nilai tukar berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dilakukan oleh Sukma (2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2014) *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian diatas memperlihatkan bahwa beberapa hasil penelitian atas perusahaan yang melakukan *transfer pricing* memiliki hasil yang berbeda. Ada hasil dengan

hipotesis diterima dan ditolak. *Transfer pricing* yang merupakan salah satu skema yang rawan untuk dijadikan jalan pintas dalam memperoleh laba sehingga menjadikan *transfer pricing* sebagai suatu hal untuk diteliti serta perlu untuk diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Sehingga berdasarkan hal tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh beban pajak, nilai tukar, *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) adalah kontrak antara satu atau beberapa orang *principal* yang mendelegasikan wewenang kepada orang lain (*agent*) untuk mengambil keputusan saat menjalankan perusahaan (Supriyanto dan Pertiwi 2018). Dalam hal ini pihak *agent*, yaitu manajer perusahaan atau dewan direksi yang bertindak sebagai pembuat keputusan saat berjalannya suatu usaha dan pihak *principal* yaitu pemilik perusahaan atau pemegang saham yang mengevaluasi informasi maupun mengelola jalannya perusahaan. Hak dan kewajiban antara *principal* dan *agent* dapat dijelaskan dalam sebuah perjanjian kerjasama yang saling menguntungkan. Terjadinya hubungan agensi adalah ketika suatu kontrak kerjasama antara pihak *principal* dan *agent* memberikan jasa demi kepentingan *principal* termasuk melibatkan adanya pelimpahan wewenang dalam pengambilan keputusan kepada *agent*.

Agency theory mengimplikasikan adanya konflik kepentingan antara manajemen selaku *agent* dengan pemegang saham selaku *principal*. Konflik tersebut terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Konflik keagenan dapat merugikan pihak *principal* (pemegang saham) karena para pemegang saham tidak terlibat secara langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu, manajemen selaku *agent* diberikan wewenang untuk mengelola adanya aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar (Yuniasih et al, 2011).

Menurut teori keagenan, konflik antara *principal* dan *agent* dapat dikurangi dengan menyamakan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Dengan memberikan kepemilikan saham oleh manajerial (*insider ownership*) dapat digunakan untuk mengurangi *agency cost* yang timbul. Para manajer diharapkan dapat merasakan langsung manfaat atas semua keputusan yang diambilnya dengan memilih saham perusahaan. Proses ini dinamakan *dengan bonding mechanism*, yaitu suatu proses untuk menyamakan besaran kepentingan manajemen melalui program mengikat manajemen dalam modal perusahaan.

Salah satu konflik kepentingan antara *principal* selaku pemegang saham dengan *agent* selaku manajemen perusahaan timbul karena adanya kelebihan aliran dana kas (*excess cash flow*). Para pemegang saham lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti seperti melakukan kegiatan investasi yang beresiko tinggi agar berpeluang untuk menghasilkan return yang tinggi pula. Sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka seperti mengurangi resiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang lebih kuat melalui *transfer pricing* contohnya dengan cara melakukan pembelian bahan baku kepada perusahaan afiliasi untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan tentang hubungan yang saling terkait antara pihak *agent* (manajemen) dan *principal* (investor). Dalam hal ini pihak *agent* (manajemen) merupakan pihak yang menjalankan operasional perusahaan dengan mengharapkan adanya gaji, bonus, serta

tunjangan lain yang bersumber dari laba serta aktivitas operasi perusahaan. Sementara pihak *principal* (investor) merupakan pihak yang menanamkan uang atau modalnya kedalam perusahaan dengan pengharapan imbalan berupa laba baik dalam bentuk dividen atau bentuk natura (kenikmatan) yang lain.

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam suatu perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya, atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan.

Sesuai dengan Undang-Undang Pajak Penghasilan perubahan terakhir Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) yaitu adanya hubungan istimewa apabila ada penyertaan modal wajib pajak badan maupun pribadi mencapai 25% keatas pada wajib pajak lainnya, adanya hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus atau ke samping pada wajib pajak pribadi, atau Wajib pajak badan juga menguasai wajib pajak badan lainnya secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan istimewa ini juga bisa terjadi antara wajib pajak dalam negeri dengan luar negeri.

Menurut peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor 32 Tahun 2011 atas perubahan peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor 43 Tahun 2010 menyebutkan adanya metode untuk menetapkan harga transfer yang wajar dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan praktik *transfer pricing*, yaitu pertama Metode perbandingan harga antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*), kedua yaitu metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method/RPM*), ketiga yaitu metode biaya plus (*Cost Plus Method*), keempat yaitu metode pembagian laba (*Profit Split Method/PSM*), kelima yaitu metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin method/TNMM*).

Beban Pajak

Menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan yang diubah terakhir No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan pajak adalah Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Sedangkan menurut Rochmat Soemitro pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal, yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2016).

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hal diatas maka pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu: Fungsi anggaran (*budgetair*) dan Fungsi mengatur (*regulerend*).

Peraturan pajak yang berhubungan dengan transaksi kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Pramana, 2014), yaitu *Transfer pricing* yang dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principle*), Metodologi *transfer pricing* yang digunakan oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan praktik usaha yang lazim yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa, Wajib pajak yang bersangkutan dan

perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan proporsi fungsinya dalam transaksi, serta Mendokumentasikan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, dalam penentuan harga transaksinya. Untuk itu wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi wajib menyiapkan dokumentasi yang memadai untuk membuktikan bahwa *transfer pricing* yang dilakukan telah sesuai dengan *arm's length principle* (membuat *TP Documentation*).

Nilai Tukar

Nilai tukar (*exchange rate*) menurut Musdholifah & Tony (2007), nilai tukar adalah membandingkan antara dua harga mata uang suatu negara. Misalnya nilai kurs rupiah terhadap nilai kurs dollar Amerika yang menunjukkan berapa nilai rupiah yang diperlukan untuk nilai tukar dengan satu dollar Amerika. Menurut Triyono (2008), nilai kurs (*exchange rate*) merupakan suatu pertukaran antara dua mata uang yang berbeda, yaitu suatu bentuk perbandingan nilai atau harga antara kedua mata uang tersebut.

Pengertian nilai tukar (*exchange rate*) menurut FASB adalah rasio antara satu mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu. Adanya perbedaan antara nilai tukar riil dengan nilai tukar nominal dapat berpengaruh terhadap risiko nilai tukar. Biasanya perubahan nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang sama. Sehingga menjadikan perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap aliran dana kas. Sedangkan perubahan nilai tukar riil akan menyebabkan perubahan harga relatif (yaitu perubahan perbandingan antara harga barang domestik dengan harga barang luar negeri). Sehingga perubahan tersebut mempengaruhi daya saing barang domestik.

Fungsi adanya nilai tukar mata uang asing bagi suatu negara adalah untuk mempertahankan keseimbangan neraca pembayaran dengan menjaga nilai cadangan devisa, menjaga kestabilan pasar domestik, serta sebagai instrumen moneter untuk menetapkan suku bunga dan nilai tukar. Nilai tukar memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Marfuah, 2014).

Tunneling Incentive

Pengertian *tunneling incentive* yaitu suatu tindakan untuk mengalihkan aktiva dan laba perusahaan demi kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas (Saraswati, 2017). Terdapat dua bentuk *Tunneling incentive*, yang pertama para pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya sendiri melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan penjualan aset, kontrak harga transfer kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya. Yang kedua adalah para pemegang saham pengendali dapat meningkatkan bagiannya atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutif atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non-pengendali (Noviastika et al, 2016).

Akibat dari perilaku para pemegang saham mayoritas tersebut, maka para pemegang saham minoritas dirugikan melalui deviden yang akan mereka terima. Deviden yang akan diterima semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian deviden akibat dari perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Wafiroh, 2015).

Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Pada dasarnya perusahaan multinasional seharusnya menggunakan harga wajar untuk tujuan mengurangi beban pajak. Akan tetapi kebanyakan perusahaan multinasional sekarang melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak. Perusahaan multinasional dalam kegiatan *transfer pricing* melakukan tindakan mentransfer barang atau jasa ke anak perusahaan yang ada diluar negeri yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Banyak dari perusahaan multinasional yang mendapat keuntungan atas usahanya akan melakukan perpindahan pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak rendah. Sehingga mengakibatkan semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka semakin besar kemungkinan para pelaku usaha melakukan praktik *transfer pricing*. Adanya beban pajak yang tinggi menjadi salah satu alasan bagi perusahaan manufaktur untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan cara melakukan transaksi dengan anak perusahaan atau perusahaan afiliasi yang ada di luar batas negara (Noviastika et al, 2016). *Transfer pricing* dalam perencanaan pajak menjadi salah satu alasan para pelaku usaha untuk meminimaliskan beban pajak.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviastika et al (2016) menyatakan bahwa beban pajak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2017) yang menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun hasil tersebut berbeda menurut penelitian yang dilakukan oleh Mispiananti (2015) menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Adanya perbedaan pendapat atas hasil mengenai pengaruh beban pajak pada *transfer pricing*, sehingga perlu dikaji kembali. Maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap *Transfer Pricing*

Dunia bisnis yang semakin berkembang membuat perkembangan pada motif perusahaan dalam menerapkan *transfer pricing* di perusahaannya. Saat ini banyak perusahaan multinasional telah meluaskan jaringan pemasarannya ke luar negeri yang sebagian besar meminta pertukaran valuta dengan valuta yang lain atas suatu transaksi pembayaran. Akan tetapi, nilai valuta yang terus-menerus berfluktuasi, dengan jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti membuat jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Dengan kondisi yang demikian, perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Marfuah, 2014). Nilai tukar yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Viviany (2018) menyatakan hasil bahwa nilai tukar (*exchange rate*) berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi dan Noviari (2018) yang menyatakan bahwa nilai tukar (*exchange rate*) tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Terdapat perbedaan signifikansi mengenai pengaruh nilai tukar terhadap *transfer pricing* sehingga perlu diuji kembali dalam sebuah penelitian. Maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H₂ : nilai tukar berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Salah satu munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas adalah karena lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, yang mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Yuniasih, 2012). Transaksi pihak berelasi (*transfer pricing*) dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistis oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Adapun transaksi *transfer pricing* tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian aset lancar yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga dibawah pasar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut (Mispiyanti, 2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2016) dan Saraswati (2017) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Artinya apabila kegiatan *tunneling incentive* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Novera (2017) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas, terdapat perbedaan hasil penelitian atas pengaruh *transfer pricing* sehingga perlu adanya penelitian yang mengkaji kembali hasil tersebut. Maka penulis menyimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat analisis dan melakukan kuantitatif penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara beban pajak, nilai tukar, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Alasan menggunakan perusahaan manufaktur adalah karena sebagian besar perusahaan multinasional bergerak dalam bidang manufaktur.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pemilihan sampel bertujuan atau biasa disebut *purposive sampling* dengan menggunakan teknik berdasarkan pertimbangan tertentu atau *judgment sampling* yang melibatkan pemilihan subjek yang berada di tempat yang paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan (Uma Sekaran 2015:137), adapun peneliti menentukan sampel penelitian dengan kriteria sebagai berikut

Tabel 1
Tabel Kriteria Sampel Data

No.	Kriteria <i>purposive sampling</i>	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017	154
2.	Perusahaan manufaktur tidak yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih	(69)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam jenis mata uang Rupiah (Rp)	(23)
4.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama tahun 2014-2017	(28)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempunyai laba rugi selisih kurs	(19)
Total Sampel yang Sesuai Kriteria		15

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2019 (diolah)

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang menggunakan jenis data dokumenter yang merupakan salah satu metode dengan mengumpulkan catatan peristiwa yang telah lalu. Metode dokumentasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan dengan metode observasi non partisipan. Metode observasi non partisipan adalah metode dimana peneliti tidak harus terlibat secara langsung, hanya sebagai pengamat independen melalui *website*. Data diperoleh dari website www.idx.co.id dan *website* masing-masing perusahaan yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*).

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Beban Pajak

Variabel beban pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). ETR adalah menghitung tarif pajak dengan membandingkan beban pajak dengan laba sebelum pajak perusahaan. Tarif pajak efektif ini mengungkapkan nilai efektivitas manajemen pajak pada suatu perusahaan (Meilinda, 2013). Sehingga tujuan dari menghitung ETR adalah untuk mengetahui jumlah presentase perubahan dalam membayar pajak perusahaan yang sebenarnya terhadap laba komersial yang diperoleh.

$$\text{Effective Tax Rate (ETR)} = \frac{\text{Beban Pajak} - \text{Beban Pajak Tangguhan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Nilai Tukar

Variabel nilai tukar dalam penelitian ini dihitung dengan membandingkan antara laba atau rugi selisih kurs dengan laba sebelum pajak perusahaan (Marfuah, 2014).

$$\text{Nilai Tukar} = \frac{\text{Laba atau (Rugi) Selisih Kurs}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Tunneling Incentive

Variabel *tunneling incentive* dilihat dari persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing (Mispayanti, 2015). Sesuai dengan PSAK Nomor 15, kepemilikan saham di atas 20% atau lebih memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan. Tunneling incentive dapat dihitung dengan membandingkan antara jumlah kepemilikan saham terbesar dengan jumlah saham yang beredar.

$$\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Variabel Dependen

Transfer Pricing

Pada variabel *transfer pricing* diukur dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu dilihat berdasarkan pada ada atau tidaknya data penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Mispiyanti, 2015). Perusahaan yang melakukan penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 1 dan perusahaan yang tidak melakukan penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 0.

Teknik Analisis Data

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dibuat untuk memberikan gambaran deskriptis atas variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Uji statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas yaitu sebuah uji untuk menguatkan apakah didalam model regresi ada suatu interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi memiliki arti sebagai penghubung yang kuat antara satu variabel bebas dengan variabel bebas yang lain didalam sebuah model regresi. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari tolerance value atau variance inflacion factor (VIF). Sebuah model regresi yang bebas dari uji multikolinieritas memiliki nilai tolerance diatas 0.1 yang setara dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2016).

Uji Model Regresi Logistik

Uji hipotesis untuk penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode model regresi logistik. Model regresi logistik yaitu sebuah pendekatan pembuat model prediksi seperti halnya regresi linear atau yang biasa disebut dengan *Ordinary Least Squares (OLS) regression*. Letak perbedaannya terdapat pada regresi logistik, peneliti membuat sebuah prediksi variabel yang terikat berskala dikotomi. Dalam uji model regresi logistik tidak memerlukan adanya uji asumsi klasik karena didalam model regresi logistik dapat menghasilkan suatu analisis model fit yang menggambarkan apakah data dari penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian. Dalam uji model regresi logistik dilakukan beberapa uji sebelum menentukan model regresi.

Menilai Kesesuaian Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Langkah pertama dalam model penelitian ini adalah menilai *overall fit model* terhadap data sampel pada penelitian. Jenis statistik yang digunakan dalam menilai *overall fit model* berdasarkan pada fungsi likelihood. Likelihood L dari model regresi adalah suatu probabilitas bahwa model yang dihipotesakan menggambarkan sebuah data input. Untuk menguji apakah hipotesis yang dilakukan telah fit dengan data. Likelihood L ditransformasikan menjadi $-2\text{Log}L$.

Menilai Kelayakan Model Regresi (*Hosmer dan Lemeshow Test*)

Uji *hosmer dan lemeshow test* digunakan untuk menguji hipotesis data sampel apakah cocok atau telah sesuai dengan model (tidak adanya perbedaan antara model dengan data sampel sehingga model dapat dikatakan fit). Model regresi dikatakan fit dengan data apabila nilai *Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit test statistics* $\leq 0,05$.

Uji Koefisien Determinasi (*Nagerkerke's R Square*)

Nagerkerke's R Square merupakan suatu ukuran yang mencoba meniru ukuran R^2 pada model *multiple regression* yang berdasarkan pada teknik estimasi nilai *likelihood* dengan nilai maksimum ≤ 1 sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Uji koefisien determinasi (*Nagerkerke's R square*) merupakan modifikasi atas nilai koefisien *Cox dan Snell* guna untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 sampai 1. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membagi nilai *Cox dan Snell* R^2 dengan nilai maksimumnya. Nilai *nagerkerke's R²* dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada model *multiple regression*. Nilai *nagerkerke's R²* yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan atas variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 memiliki arti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji klasifikasi

Uji klasifikasi merupakan hasil untuk menunjukkan adanya kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi adanya kemungkinan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*.

Uji hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan setelah dilakukan beberapa pengujian atas data sampel apakah layak digunakan atau tidak. Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilihat melalui nilai signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dapat diterima atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi apabila nilai signifikansi di atas 0,05 maka hipotesis ditolak. Sehingga atas hasil tersebut variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun rumus model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1BP + \beta_2NT + \beta_3TI + e$$

Keterangan:

Y = *Transfer Pricing*

α = konstanta

β_1 - β_3 = koefisien variabel independen

BP = variabel beban pajak

NT = variabel nilai tukar

TI = variabel *tunneling incentive*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Data Outlier

Data outlier yaitu merupakan data yang dianggap mempunyai karakteristik data unik yang terlihat berbeda jauh dari data penelitian lainnya yang muncul dalam bentuk nilai ekstrim (Ghozali, 2013). Adanya data outlier dapat menjadikan analisis terhadap data menjadi tidak terkendalikan dan tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

Penyebab terjadinya data outlier dalam sebuah penelitian, yaitu pertama adanya kesalahan dalam memasukkan data, kedua adanya kegagalan dalam menspesifikasi adanya missing value dalam sebuah program komputer, ketiga data outlier bukan merupakan anggota populasi yang di ambil sebagai sampel penelitian, dan keempat data outlier dapat berasal dari populasi yang diambil sebagai sampel akan tetapi distribusi dan variabel dalam populasi tersebut memiliki nilai ekstrim yang dapat tidak terdistribusi secara normal.

Dalam model regresi logistik, data sampel dikatakan outlier apabila memiliki nilai absolut dari studentized residual atas sampel tersebut ≥ 2 (lebih dari atau sama dengan dua).

Studentized residual adalah standarisasi data berdasarkan nilai mean dan nilai standart deviasi dari nilai residual. Berikut tabel data outlier dalam sampel penelitian ini:

Tabel 2
Hasil Data Outlier
Casewise Listb

Case	Selected Status ^a	Observed	Predicted	Temporary Variable	
		TP		Resid	ZResid
AMIN 2016	S	B**	,872	-,872	-2,605
AMIN 2017	S	B**	,865	-,865	-2,526
KBLI 2014	S	B**	,938	-,938	-3,901
KBLI 2015	S	B**	,860	-,860	-2,478

a. S = Selected, U = Unselected Cases, and ** = Misclassified Cases.

b. Case with studentized residuals greaer than 2,000 are listed

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Berdasarkan tabel 3 atas hasil data outlier ada sejumlah 4 data atas 60 sampel yang telah sesuai kriteria. Sehingga atas data outlier tersebut sampel data yang dapat dijadikan penelitian sebanyak 56 sampel data.

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif ini menggunakan pengukuran mengenai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum. Berikut tabel hasil analisis deskriptif.berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TP	56	0	1	,8900	,3120
BP	56	,0658	,6279	,2604	,0809
NT	56	-,6866	,1805	-,0044	,1044
TI	56	,2678	,9900	,6064	,2447
Valid N (listwise)	56				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Berdasarkan tabel hasil uji statistik deskriptif diatas pada variable *transfer pricing* dapat terlihat bahwa dari 56 sampel data, terdapat 0.89 atau 89% perusahaan sampel melakukan *transfer pricing*. Atau dengan kata lain dari 56 sampel terpilih terdapat 50 sampel yang melakukan *transfer pricing*. Hasil tersebut mengartikan bahwa sebagian besar perusahaan manufaktur multinasional melakukan *transfer pricing*.

Pada variabel beban pajak memperlihatkan hasil rata-rata sebesar 0,2604 atau sebesar 26.04%. Dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa rata-rata *efektif tax rate* pada perusahaan sampel sebanyak 26.04% dengan nilai minimum sebesar 0,0658 atau sebesar 6.58%. Nilai maksimumnya sebesar 0,6279 atau 62.79%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

adanya beban pajak dapat dijadikan pilihan manajemen dalam memanfaatkan transaksi *transfer pricing*.

Variabel nilai tukar memperlihatkan hasil rata-rata sebesar $-0,0044$ yang artinya perusahaan sampel memiliki rata-rata sebesar $-0,44\%$ yang menunjukkan bahwa perusahaan sampel banyak terdapat kerugian pada laba atau rugi selisih kurs. Tetapi hasil tersebut bisa membuktikan bahwa variabel nilai tukar dapat menjadi pilihan manajemen dalam memanfaatkan transaksi *transfer pricing*. Nilai rasio atas variabel nilai tukar terendah dengan nilai $-0,6866$ atau sebesar $-68,66\%$. Dan nilai rasio atas nilai tukar tertinggi dengan nilai $0,1805$ atau sebesar $18,05\%$.

Variabel *tunneling incentive* memperlihatkan hasil rata-rata $0,6064$ yang artinya perusahaan sampling yang diprosikan atas kepemilikan saham asing yang terbesar memiliki rata-rata sebesar $60,64\%$. Hal ini memperlihatkan bahwa kepemilikan perusahaan lebih cenderung memfokuskan pada sebagian kecil pihak. Sehingga keputusan perusahaan dapat dikendalikan oleh pemilik saham mayoritas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk memahami apakah model regresi yang diteliti tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel independen. Untuk mengetahui model regresi yang baik dengan tidak adanya gejala korelasi yang kuat dengan sesama variabel independennya. Model regresi yang bebas untuk uji multikolinieritas mempunyai nilai $\text{tolerance} \geq 0.1$ atau nilai $\text{VIF} \leq 10$. Tabel dari hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 BP	,966	1,035
NT	,999	1,001
TI	,967	1,034

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Berdasarkan pada data tabel 3, hasil uji multikolinieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari tiga variabel independen lebih dari $0,1$ dan nilai VIF kurang dari 10 . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Hasil Analisis Regresi Logistik

Hasil Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit Test*)

Penilaian *overall model fit test* dilakukan dengan cara melalui perbandingan nilai antara $-2 \log$ likelihood (-2LogL) pada awal (block number = 0) dengan nilai $-2 \log$ likelihood (-2LogL) pada akhir (block number = 1). Dari hasil perbandingan tersebut apabila ada pengurangan nilai antara -2LogL awal (block number = 0) dengan nilai -2LogL akhir (block number = 01) menandakan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data. Berikut tabel -2LogL awal (block number = 0) dengan nilai -2LogL akhir (block number = 1). Berikut tabel hasil penilaian keseluruhan model (*overall model fit test*)

Tabel 5
Hasil penilaian Keseluruhan Model (Overall Model Fit Test)

	Nilai -2LogL	Keterangan
-2LogL awal (block number = 0)	38,136	Selisih nilai -2LogL dari blok number 0 ke 1 adalah 12,111
-2LogL akhir (block number = 1)	26,025	

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, hasil penilaian keseluruhan modal (*overall model fit test*) dapat dilihat adanya selisih perbedaan antara -2LogL awal (block number = 0) dengan nilai -2LogL akhir (block number = 01). Pada -2LogL awal (block number = 0) memiliki nilai 38,136 sedangkan pada -2LogL akhir (block number = 01) memiliki nilai 26,025. Adanya selisih penurunan sebesar 12,111 pada -2LogL memperlihatkan bahwa model regresi dengan memasukkan seluruh data variabel independen lebih baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi fit dengan data.

Hasil Penilaian Kelayakan Model Regresi (Hosmer dan Lemeshow Test)

Hasil uji kelayakan model regresi logistik ini dapat dilihat dan diperhitungkan dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Test Goodness* yang cara pengukurannya dinilai dengan *Chi-square*. Cara penentuannya adalah jika nilai dari statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* sebesar $\leq 0,05$, sehingga adanya hipotesis nol tidak dapat diterima atau ditolak yang berarti adanya suatu perbedaan yang tinggi antara model dengan nilai observasinya, oleh karena itu *Goodness of Fit Test* tidak baik karena prediksi nilai observasinya tidak teridentifikasi oleh model. Tetapi jika nilai dari suatu statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* $\geq 0,05$ maka adanya hipotesis nol dapat diterima yang berarti model dapat memprediksi nilai dari observasinya atau dengan kata lain model dapat diterima karena memiliki persamaan dengan data observasinya. Berikut tampilan dari hasil Penilaian Kelayakan Model Regresi (*Hosmer dan Lemeshow Test*);

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer dan Lemeshow Test)

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3,967	7	,784

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Dari hasil tabel data hasil uji Kelayakan Model Regresi (*Hosmer dan Lemeshow Test*) diatas, dapat diketahui adanya nilai statistik *Hosmer dan Lemeshow Test* dengan *Chi-square* sebesar 3,967 dengan nilai *probabilitas* signifikan sebesar 0,784. Artinya hasil tersebut jauh lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hipotesis 0 dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan dalam analisis berikutnya karena model regresi fit dengan data.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (Nagerkerke's R Square)

Pada model regresi logistik pengujian koefisien determinasi menggunakan nilai dari *nagelkerke's R square*. *Nagelkerke's R square* bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel hasil pengujian koefisien determinasi (*Nagelkerke's R square*).

Tabel 7
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (Nagerkerke's R Square)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	26,025 ^a	,194	,394

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Dari hasil dari tabel Pengujian Koefisien Determinasi (*Nagerkerke's R Square*) diatas dapat dilihat bahwa nilai *nagerkerke's R Square* sebesar 0,394 atau sebesar 39.4% yang memperlihatkan bahwa variabelitas variabel independen yang dapat mempengaruhi dan menjelaskan tentang variabel independen adalah sebesar 39.4% . Sedangkan untuk sisanya sebesar 60.6% dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Klasifikasi

Hasil pengujian matriks klasifikasi bertujuan untuk menghitung atas nilai estimasi yang benar (*correct*) dan salah (*incorrect*) yang dapat menunjukkan kekuatan dari prediksi model regresi. Untuk model ini, uji klasifikasi di nilai dengan seberapa besar kemungkinan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan melakukan *transfer pricing*. Berikut tabel hasil atas pengujian klasifikasi:

Tabel 8
Hasil Uji Klasifikasi

	Observed	Predicted		Percentage Correct
		TP	M	
Step 1	TM	3	3	50,0
	M	1	49	98,0
Overall Percentage				92,9

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Dari tabel hasil uji klasifikasi diatas, dapat terlihat bahwa nilai predeksi untuk perusahaan yang melakukan *transfer pricing* (M) sebesar 98% dan yang tidak melakukan *transfer pricing* (TM) sebesar 50%. Dari total 50 sampel data yang melakukan *transfer pricing*, Satu sampel data diperkirakan tidak melakukan *transfer pricing* dan sebanyak 49 sampel data diperkirakan akan melakukan transaksi *transfer pricing*. Sedangkan dari 6 data sampel tidak melakukan *transfer pricing* diperkirakan 3 data sampel akan melakukan transaksi *transfer pricing* dan 3 data sampel lagi diprediksi tidak melakukan transaksi *transfer pricing*. Sehingga Untuk presentase secara keseluruhan model dengan variabel independen beban pajak, nilai tukar, serta *tunneling incentive* memiliki presentase sebesar 92.2% yang dapat diprediksi perusahaan melakukan praktek *transfer pricing*.

Dapat disimpulkan dari hasil uji klasifikasi diatas yaitu kemampuan prediksi dari model regresi menunjukkan bahwa kemungkinan ada 52 data sampel dalam penelitian ini akan melakukan praktik *transfer pricing* dari 56 total data sampel dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh atas variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan nilai signifikasi atau tingkat atau tinggat *alpha* sebesar 5% (0.05) yang artinya uji hipotesis memiliki tingkat kepercayaan sebesar 95%. Alasan mengapa menggunakan nilai signifikasi sebesar 0.05 karena jenis data yang dijadikan objek dalam penelitian berupa laporan keuangan yang didalamnya terdapat faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat kestabilan angka yang tersaji dalam suatu laporan keuangan. Apabila angka signifikasi lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Tetapi apabila angka signifikasi diatas 0.05 maka dapat dikatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel data hasil uji hipotesis yang telah dilakukan:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	BP	12,040	8,194	2,159	1	,142	169353,350
	NT	-9,078	10,942	,688	1	,407	,000
	TI	-5,876	2,963	3,933	1	,047	,003
	Constant	3,742	3,033	1,521	1	,217	42,166

Sumber : laporan keuangan, 2019 (diolah)

Dari data hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat memberikan hasil dari model persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$Y = 3,742 + 12,040BP - 9,078ER - 5,876TI + e$$

Dari hasil persamaan model regresi logistik, dapat memberikan informasi atas uji hipotesis antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada variabel independen yang pertama yaitu beban pajak, nilai konstanta sebesar 12,040 dengan tingkat nilai signifikansi menunjukkan angka 0,142 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil atas variabel yang kedua yaitu nilai tukar, menunjukkan nilai konstanta -9,078 dengan nilai signifikansi sebesar 0,407 yang berarti lebih besar dari 0,05. Atas hasil tersebut mengartikan bahwa dalam penelitian ini nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pada variabel ketiga yaitu *tunneling incentive*, menunjukkan nilai konstanta sebesar -5,876 dengan nilai signifikansi sebesar 0,047 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Tetapi karna nilai koefisien dari hasil tersebut bersifat negatif, sehingga menunjukkan bahwa atas penelitian ini variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Pembahasan

Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Dari hasil uji hipotesis atas model regresi logistik didalam penelitian ini menunjukkan nilai konstanta sebesar 12,040 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,142 menunjukkan hasil penelitian diatas 0,05 dan dapat dikatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur multinasional tahun 2014-2017. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa timbulnya suatu masalah keagenan terjadi karena adanya pihak-pihak yang mempunyai suatu perbedaan kepentingan namun tetap harus saling bekerja sama dalam hal pembagian tugas yang berbeda. Adanya konflik keagenan dapat merugikan pihak *principal* sebagai pemegang saham karena para pemegang saham tidak berhubungan langsung dalam mengelola perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu *agent* yang berlaku sebagai manajemen perusahaan yang bertindak sebagai pembuat keputusan diberi wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan sehingga perusahaan memperoleh laba yang lebih besar.

Perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* dengan cara memperkecil harga jual dan memperbesar harga beli antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa sehingga beban pajak yang akan dibayarkan menjadi lebih kecil. Namun penelitian ini tidak dapat membuktikan teori agensi yang dijelaskan diatas bahwa beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan sampel dalam penelitian ini cukup tinggi, hal tersebut terlihat dari rata-rata *effektif tax rate* pada perusahaan sampel menunjukkan nilai sebesar 26.04%. Hal tersebut membuktikan bahwa beban pajak tidak menjadikan alasan manajemen perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Besar atau kecilnya beban pajak yang di bayarkan oleh perusahaan, tidak menentukan praktik *transfer*

pricing yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa menjadi semakin tinggi atau sebaliknya. Sehingga hipotesis atas penelitian ini ditolak.

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Noviasatika et al (2016) dan Saraswati (2017) yang menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mispuyanti (2016) yang menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dalam perkembangannya, perusahaan multinasional dapat melakukan perencanaan perpajakan dengan cara melakukan manajemen pajak. Manajemen pajak dilakukan dengan tujuan menerapkan peraturan pajak dengan benar sehingga adanya efisiensi untuk mencapai laba perusahaan yang seharusnya.

Aparat perpajakan dalam hal ini adalah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melihat praktik *transfer pricing* memiliki tujuan untuk menghindari pajak. Sehingga para aparat perpajakan membuat langkah untuk meminimalkan praktik *transfer pricing*. Terkait dengan adanya praktik *transfer pricing* dalam perusahaan multinasional, secara umum aparat perpajakan melihat adanya dua hal mendasar agar koreksi pajak terhadap praktik *transfer pricing* mendapat legitimasi yang kuat sehingga perusahaan multinasional meminimalkan praktik *transfer pricing*. Pertama yaitu afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*) dan yang kedua yaitu kewajaran (*arm's length principle*).

Perusahaan multinasional yang bertransaksi dengan perusahaan afiliasi atau yang memiliki hubungan istimewa harus menggunakan nilai pasar wajar. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengeluarkan peraturan atas transaksi yang dilakukan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hal ini tercantum dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-32/PJ/2011 atas perubahan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Aturan ini mengharuskan wajib pajak untuk menggunakan nilai pasar wajar dalam bertransaksi dengan pihak afiliasi atau pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hal ini juga diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.03/2016 yang mengatur tentang jenis dokumumen yang wajib dilampirkan dalam pelaporan pajak atas adanya transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Tujuannya untuk melihat apakah transaksi yang dilakukan oleh perusahaan yang melakukan transaksi dengan pihak afiliasi telah menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

Dengan adanya peraturan-peraturan yang dibuat oleh aparat perpajakan, maka dapat mengurangi penyalahgunaan *transfer pricing* terhadap perusahaan multinasional. Sehingga manajemen perusahaan tidak menjadikan beban pajak sebagai upaya untuk memanfaatkan praktik *transfer pricing*.

Pengaruh Nilai Tukar Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil penelitian atas variabel nilai tukar menunjukkan nilai koefisien sebesar -9,078 dengan nilai signifikan sebesar 0,407 yang menunjukkan lebih besar dari 0,05 sehingga variabel nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur multinasional dalam tahun pengamatan 2014-2017.

Dalam teori keagenan (*Agency Theory*) dijelaskan bahwa salah satu penyebab terjadinya konflik kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen perusahaan (*agent*) adalah karena adanya kelebihan aliran dana kas (*excess cash flow*). Para pemegang saham akan lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya masih belum pasti seperti melakukan kegiatan investasi yang memiliki resiko tinggi dengan harapan agar dapat menghasilkan return yang tinggi pula. Sedangkan manajemen perusahaan lebih menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka seperti mengurangi resiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan cara memindahkan dana ke mata uang yang lebih kuat melalui *transfer pricing* melalui

pembelian bahan baku kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Namun teori agensi tersebut tidak didukung oleh hasil penelitian ini. Terbukti pada nilai rata-rata nilai tukar pada perusahaan sampel sebesar -0,0044 yang mengartikan bahwa rata-rata perusahaan sampel terdapat kerugian pada laba rugi atas selisih kurs. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya nilai tukar pada mata uang asing tidak mempengaruhi transaksi *transfer pricing*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi dan noviani (2018) yang menyatakan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dapat disebabkan karena banyaknya data sampel yang mengalami kerugian pada laporan laba atau rugi selisih kurs, sehingga nilai tukar tidak menjadi sorotan pokok dalam pertimbangan manajemen untuk memanfaatkan transaksi *transfer pricing*. Adanya kerugian dalam selisih kurs salah satunya disebabkan oleh melemahnya mata uang domestik sehingga perusahaan memandang bahwa nilai tukar tidak memberikan keuntungan perusahaan. Melemahnya mata uang domestik menjadikan perusahaan multinasional merugi atas transaksi dengan pihak asing yang menggunakan kurs

Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan Viviany (2018) yang menyatakan bahwa nilai tukar berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa manajemen perusahaan cenderung menggunakan nilai tukar untuk transaksi *transfer pricing*. Hasil tersebut memperlihatkan banyak perusahaan multinasional yang mungkin mencoba untuk mengurangi resiko nilai tukar mata uang asing dengan melakukan *transfer pricing* ke negara yang memiliki nilai tukar mata uang yang lebih kuat untuk memaksimalkan keuntungannya.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Pada penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil nilai koefisien atas *tunneling incentive* sebesar -5,876 dengan angka signifikansi sebesar 0.047 kurang dari 0.05 yang menjadikan hasil hipotesis atas variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* atas perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2017.

Dalam teori agensi dijelaskan bahwa pihak *principal* selaku pemegang saham maupun pihak *agent* selaku manajemen perusahaan ditafsirkan sebagai orang-orang ekonomi yang rasional dan cenderung memikirkan kepentingan pribadi, tetapi mereka tidak dapat membedakan antara penghargaan atas preferensi, kepercayaan dan informasi. Sehingga terdapat adanya dua kepentingan yang berdeda antara pemegang saham maupun manajemen perusahaan untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang sesuai mereka kehendaki. Namun hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan adanya teori ini. Hal ini dapat terlihat dari nilai rata-rata presentase kepemilikan saham pengendali yang dimiliki oleh perusahaan sampel sebesar 60.64% yang menandakan bahwa pemilik saham pengendali memberikan wewenang dan kepercayaan kepada manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan atas transaksi *transfer pricing* yang dilakukan. Sehingga hipotesis atas penelitian ini ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Novera (2017) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini menunjukkan nilai koefisien negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin banyak saham yang dimiliki oleh perusahaan pengendali maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan praktik. Hal ini dapat dilakukan karena perusahaan multinasional sekarang sedang berusaha menstabilkan keuntungan perusahaan atas transaksi *transfer pricing* tanpa menimbulkan masalah dalam perusahaan. Transaksi yang dilakukan dengan pemegang saham pengendali menggunakan harga pasar wajar sehingga pemegang saham minoritas juga tidak merasa dirugikan.

Namun hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2016) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa transaksi dengan pihak afiliasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistik oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Adapun transaksi pihak afiliasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan. Sehingga saham pengendali dapat mengontrol laba perusahaan demi kepentingan saham pengendali sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari beban pajak, nilai tukar, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Penelitian ini menggunakan metode *purpose sampling* yang terdapat 15 (lima belas) perusahaan sampel yang terpilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, dengan periode tahun selama 4 (empat) tahun 2014-2017 sehingga total data sampel sebanyak 60 (enam puluh). Tetapi ada 4 (empat) data *outlier* dalam penelitian ini sehingga data sampel menjadi 56 (lima puluh enam). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan model regresi logistik karena adanya variabel dikotomi pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis ditolak. Hasil pengujian pada hipotesis yang pertama yaitu beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Artinya semakin besar beban pajak pada perusahaan manufaktur multinasional, maka transaksi *transfer pricing* dengan pihak berelasi akan menurun atau sebaliknya. Beban pajak tidak lagi menjadi faktor penentu atas terjadinya transaksi *transfer pricing* pada perusahaan, karena adanya peraturan dari aparat perpajakan yang mengharuskan menggunakan nilai pasar wajar dalam bertransaksi dengan pihak afiliasi atau pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2016) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pada hipotesis yang kedua menunjukkan hasil bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Artinya besar kecilnya nilai tukar mata uang asing tidak mempengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan transaksi *transfer pricing*. Hal ini dapat terjadi karena banyaknya kerugian atas laba rugi sesial kurs pada data perusahaan sampel. Nilai tukar mata uang asing mengalami kerugian salah satunya dikarenakan oleh melemahnya mata uang domestik sehingga perusahaan memandang bahwa adanya nilai tukar tidak membawa dampak pada keuntungan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi dan Noviari (2018) yang menyatakan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil hipotesis yang ketiga juga mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Artinya bahwa perusahaan multinasional sekarang sedang berusaha menstabilkan keuntungan perusahaan atas transaksi *transfer pricing* tanpa menimbulkan adanya masalah dalam perusahaan. Transaksi yang dilakukan dengan pemegang saham pengendali menggunakan harga pasar wajar sehingga pemegang saham minoritas juga tidak merasa dirugikan. Hasil ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Novera (2017) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Keterbatasan

Setelah analisis dilakukan dan mengetahui hasil atas penelitian maka ditemukan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama informasi atas penelitian ini disajikan

berdasarkan pemilihan indikator yang terbatas pada ketersediaan informasi yang ada pada *annual report* perusahaan. Informasi yang ada pada *annual report* perusahaan terkadang masih minim sehingga dalam mencari informasi untuk menentukan nilai yang dibutuhkan masih terdapat subjektivitas. Kedua minimnya teori yang berkaitan dengan variabel nilai tukar dan *tunneling incentive* membuat penulis mengalami kesulitan dalam menentukan teori sebagai dasar untuk mendukung hasil dari penelitian ini. Ketiga yaitu penggunaan objek penelitian yang hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang saham terbesarnya dimiliki oleh pihak asing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga dalam penelitian ini tiga hipotesis tidak terdukung atau ditolak yang mungkin penyebabnya adalah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil atas nilai *R Square* atas penelitian ini hanya sebesar 39.4% variabel beban pajak, nilai tukar, *tunneling incentive* yang mempengaruhi variabel *transfer pricing*. Sisanya sebesar 60.6% dipengaruhi variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Keempat, adanya data *outlier* dalam penelitian ini menjadikan sampel atas data berkurang. Sehingga hasil atas penelitian ini tidak sesuai dengan harapan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan atas penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada penambahan ilmu akuntansi serta manajemen khususnya mengenai adanya praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Pada penelitian ini hanya menggunakan sampel atas perusahaan manufaktur tanpa adanya pembeda antar sektor. Sehingga pada penelitian berikutnya dapat dikembangkan dengan membedakan dan membandingkan antar sektor industri dalam perusahaan manufaktur. Karena setiap sektor industri dalam perusahaan manufaktur memiliki karakteristik yang berbeda. Untuk penelitian berikutnya, dapat menambahkan periode tahun atas sampel data yang lebih lama, sehingga hasil yang didapat oleh penelitian bisa lebih baik. Pengukuran *transfer pricing* dalam penelitian terbatas hanya menggunakan ada atau tidaknya penjualan terhadap pihak berelasi. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menggunakan indikator lain dalam mengukur *transfer pricing* jika datanya dimungkinkan untuk tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andraeni, S. 2017. Pengaruh *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Akbar, R. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya.
- Cahyadi, A. S. dan N. Noviyari. 2018. Pengaruh pajak, *Exchange Rate*, *Profitabilitas*, dan *Leverage* Pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Universitas Udayana. Bali.
- Hartati, W., Desmiyawati dan Julita. 2015. *Tax Minimization*, *Tunneling Incentive* dan *Mekanisme Bonus* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi SNA*. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Mangoting, Y. 2000. Aspek Perpajakan Dalam *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi & Keuangan 2* (1): 69–82. Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. Edisi Terbaru. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Marfuah dan A. P. N. Azizah. 2014. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* pada Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia 18* (2): 156-165. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Meilinda, M. 2013. Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Manajemen Pajak. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mispiyanti. 2015. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi & Investasi* 16 (1). STIE Putra Bangsa. Jawa Tengah.
- Mulyani, N. 2014. Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, *Exchange Rate* Rupiah, dan Produk Domestik Bruto terhadap *Jakarta Islamic Index*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Eksekutif* 1 (1). Universitas Terbuka.
- Musdholifah dan Tony. 2007. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Devinisi atau Pengertian Pasar Modal. [Http://Imansetiyantoro.Wordpress.Com/2012/02/Republika Indonesia](http://Imansetiyantoro.Wordpress.Com/2012/02/Republika-Indonesia). Diakses tanggal 10 Juli 2019.
- Novera, D. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Universitas Bung Hatta* 11 (1). Universitas Bung Hatta. Padang.
- Noviastika, D. dan Y. Mayowan, S. Karjo. 2016. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Perpajakan* 8 (1). Universitas Brawijaya. Malang.
- Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER - 32/PJ/2011 *Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa*. 11 November 2011.
- Pradana, T. A. 2014. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Kompensasi Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di BEI. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal. Jawa Tengah.
- Pramana, A. H. 2014. Pengaruh pajak, *Bonus Plan*, *Tunneling Incentive* dan *Dept Convenant* terhadap Keputusan Perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Refgia, T. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 4 (1). Universitas Riau. Pekanbaru.
- Saraswati, G. A. dan I. K. Sujana. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 19 (2): 1000-1029. Universitas Udayana. Bali.
- Sekaran, U. 2015. Edisi Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Simasora, H. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta
- Standar Akuntansi Keuangan. 2010. *Akuntansi Pajak Penghasilan*. PSAK No 07 dan 15. Salemba Empat. Jakarta.
- Sukma, S. A. 2018. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 1 (1). Universitas Riau. Pekanbaru.
- Supriyanto, D. dan R. Pertiwi. 2017. Pengaruh Beban Pajak dan Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2013-2016. <http://eprints.mdp.ac.id>. Diakses 15 April 2019.
- Triyono. 2008. Analisis Perubahan Kurs Rupiah Terhadap Dollar Amerika. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 9 (2): 156-167. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Undang-Undang Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008 *Pajak Penghasilan*. 23 September 2008. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133. Jakarta.
- Wafiroh L. dan N. N. Hapsari. 2015. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2013. *Jurnal Universitas Islam Negeri*. Universitas Islam Negeri. Malang.

Yuniasih, N. W. dan N. K. Rasmini., M. G. Wirakusuma. 2011. Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Universitas Udayana. Universitas Udayana*. Bali.