

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT DAN *EXCHANGE RATE*
TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN
UNTUK MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)**

SKRIPSI



Oleh

ALFIN NI'MATUROSYIDDAH

NIM : 13520063

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT DAN *EXCHANGE RATE*
TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN
UNTUK MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

ALFIN NI'MATUROSYIDDAH

NIM : 13520063

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT DAN *EXCHANGE RATE*
TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN
UNTUK MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)**

SKRIPSI

Oleh

**ALFIN NI'MATUROSYIDDAH
NIM : 13520063**

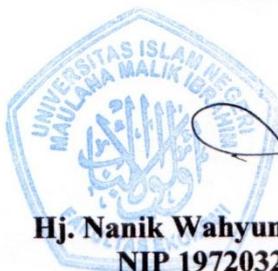
Telah disetujui pada tanggal 25 Desember 2017

Dosen Pembimbing,



**Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA
NIDT 19751030 20160801 2 048**

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



**Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP 19720322 200801 2 005**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
DEBT COVENANT DAN *EXCHANGE RATE*
TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN UNTUK
MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)**

SKRIPSI

Oleh

ALFIN NI'MATUROSYIDDAH

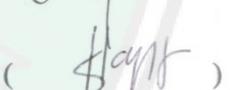
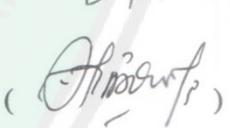
NIM : 13520063

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
pada 03 Januari 2018

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua
Drs. H. Abdul Kadir Usry, MM., Ak
2. Penguji Utama
Niken Nindya Hapsari, SE., MSA., Ak., CA., MAPPI (Cert) (
3. Sekretaris/Pembimbing
Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA
NIDT 19751030 20160801 2 048

Tanda Tangan

()
()
()

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

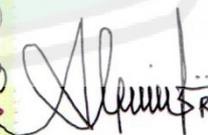
Nama : Alfin Ni'maturosyiddah
NIM : 13520063
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: *PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DEBT COVENANT DAN EXCHANGE RATE TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN UNTUK MELAKUKAN TRANSFER PRICING* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016) adalah hasil karya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 08 Januari 2018

Hormat saya,



Alfin Ni'maturosyiddah
NIM : 13520063

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat-Nya, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta saya: Bapak, Ibu, Kakak dan Nenek yang selalu memberikan do'a, semangat dan dukungan tanpa henti. Semoga ini menjadi langkah awal untuk saya bisa membanggakan kalian.



HALAMAN MOTTO

“Percaya bahwa tidak ada yang tidak mungkin, saat aku melibatkan
Allah dalam semua impianku”



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayat-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant* dan *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad Saw yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, motivasi dan berbagi pengalaman yang berharga kepada penulis.

5. Bapak, ibu, kakak, nenek dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir skripsi.
6. Budi Dharma yang selalu memberikan do'a, semangat dan mendampingi dalam proses mengerjakan skripsi hingga selesai.
7. Sahabat seperjuangan dari maba Raisa Adini dan Razia Ulfa serta sahabat "SURENG" Azzalia dan Anggra yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam proses mengerjakan skripsi hingga selesai.
8. Sahabat-sahabat saya Debby Rizkitasari, Eka, Kintan, Evi yang selalu memberikan semangat dan mendampingi dalam proses penyelesaian skripsi.
9. Seluruh teman-teman Akuntansi angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal 'Aalamiin.

Malang, 25 November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab)	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11

2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Teori Agensi.....	18
2.2.2 Teori Akuntansi Positif	20
2.2.3 <i>Transfer Pricing</i>	22
2.2.3.1 Pengertian <i>Transfer Pricing</i>	22
2.2.3.2 Penetapan Harga Transfer.....	25
2.2.3.3 Dampak Penetapan Harga Transfer	27
2.2.3.4 Pertimbangan Penetapan Harga Transfer.....	28
2.2.4 Pajak.....	31
2.2.4.1 Pengertian Pajak.....	31
2.2.4.2 Fungsi Pajak.....	32
2.2.4.3 Subjek Pajak.....	33
2.2.5 <i>Tunneling Incentive</i>	34
2.2.6 <i>Debt Covenant</i>	35
2.2.7 <i>Exchange Rate</i>	35
2.3 Kajian Keislaman <i>Transfer Pricing</i>	36
2.3.1 Transaksi <i>Transfer Pricing</i> dalam Perspektif Hukum Islam	36
2.3.2 Transaksi Rekayasa Pajak pada <i>Transfer Pricing</i> dalam Perspektif Hukum Islam.....	39
2.3.3 <i>Tunneling Incentive</i> dengan Cara <i>Transfer Pricing</i> dalam Perspektif Hukum Islam.....	41
2.4 Kerangka Konseptual.....	42
2.5 Hipotesis Penelitian	44
2.5.1 Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	44

2.5.2 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	46
2.5.3 Pengaruh <i>Debt Covenant</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	47
2.5.4 Pengaruh <i>Exchange Rate</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	48
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
3.2 Populasi dan Sampel.....	49
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	50
3.4 Data dan Jenis Data.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.6.1 Variabel Independen	52
3.6.2 Variabel Dependen.....	54
3.7 Analisis Data.....	58
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	58
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.2.1 Uji Multikolinieritas.....	59
3.7.3 Analisis Regresi Logistik.....	59
3.7.3.1 Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Test</i>)	59
3.7.3.2 Menilai Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>).....	60
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi	60
3.7.3.4 Matriks Klasifikasi.....	60
3.7.3.5 Uji Hipotesis	61

3.7.3.6 Persamaan Model Regresi Logistik	61
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif	64
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.1.3.1 Uji Multikolinieritas	66
4.1.4 Hasil Analisis Regresi Logistik	67
4.1.4.1 Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Test</i>)	68
4.1.4.2 Menilai Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	69
4.1.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
4.1.4.4 Hasil Matriks Klasifikasi	70
4.1.4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.1.4.6 Hasil Persamaan Model Regresi	75
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	77
4.2.2 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	79
4.2.3 Pengaruh <i>Debt Covenant</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	80
4.2.4 Pengaruh <i>Exchange Rate</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	82
4.3 Kajian Keislaman	83

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 87

5.2 Keterbatasan..... 88

5.3 Saran 89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	56
Tabel 4.1 Daftar Kode dan Nama Perusahaan Sampel	63
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.4 Hasil <i>Overall Model Fit Test</i>	68
Tabel 4.5 Hasil <i>Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test</i>	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.7 Hasil Matriks Klasifikasi	71
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	72
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua	73
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga	73
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Bukti Konsultasi
Lampiran 1	Data <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016
Lampiran 2	Data Pajak pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016
Lampiran 3	Data <i>Tunneling Incentive</i> pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016
Lampiran 4	Data <i>Debt Covenant</i> pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016
Lampiran 5	Data <i>Exchange Rate</i> pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016
Lampiran 6	Output Analisis Data Sekunder dengan Program IBM SPSS Statistics 24
Lampiran	Biodata Peneliti

ABSTRAK

Alfin Ni'maturosyiddah. 2017, SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant* dan *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)"

Pembimbing : Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA

Kata Kunci : *Transfer Pricing*, Pajak, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant*, *Exchange Rate*

Fenomena *transfer pricing* biasa terjadi berdasarkan motivasi manajemen untuk penghindaran pajak dan perilaku oportunistik manajerial. Tarif pajak yang tinggi cenderung menyebabkan perusahaan melakukan transfer harga ke perusahaan sepengendali di negara dengan tarif pajak yang rendah. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada satu pihak cenderung terjadi *tunneling*, dilakukan dengan menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang dimiliki dengan harga di bawah harga pasar. Rasio hutang perusahaan yang tinggi cenderung membuat manajer memilih kebijakan akuntansi dengan perubahan laba. Fluktuasi nilai tukar valuta menyebabkan manajer memilih mengurangi risiko nilai tukar dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016, diperoleh hasil 15 perusahaan dengan metode *purposive sampling*. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi logistik dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic 24*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak, *tunneling incentive* dan *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan variabel *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan *transfer pricing*.

ABSTRACT

Alfin Ni'maturosyiddah. 2017, Thesis. Title: " The Influence of Tax, Tunneling Incentive, Debt Covenant and Exchange Rate against the Company's Decision in doing Transfer Pricing (Empirical Study on Manufacturing Company Listed on Indonesian Stock Exchange of 2012-2016)"

Supervisor : Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA

Keywords : Transfer Pricing, Taxes, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate

The transfer pricing phenomenon usually bases on the management motivation for tax avoidance and managerial opportunistic. High tax rate tends to cause companies to transfer prices toward same companies in country with low tax rate. Concentrated share ownership on one side tends to occur tunneling, done by selling the company's assets to the company with price under the market price. The high debt ratio of firms tends to make manager chooses accounting policies with earnings changes. Exchange rate fluctuations cause managers to choose in reducing exchange rate risk by transferring funds to strong currencies. The research aims at determining the the influence of taxes, incentive tunneling, debt covenant and exchange rate against transfer pricing decision of manufacturing companies.

The sample of the research was a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange of 2012-2016, it was obtained the results of 15 companies with purposive sampling method. To know the influence of independent variable against dependent variable used logistic regression analysis by using IBM SPSS Statistic 24.

The research results showed that variable of tax, incentive tunneling and debt covenant had a positive and significant influence toward the decision of manufacturing companies in doing transfer pricing. The exchange rate variable didn't influence on the decision of manufacturing companies in doing transfer pricing

ملخص البحث

ألف نعمة الرشيدة. ٢٠١٧. البحث الجامعي. العنوان: "تأثير الضريبي، الحوافز الاتصال النفقي (*Tunneling Incentive*)، و العهد الديون (*Debt Covenant*) والسعر الصرف على قرار الشركة لقيام التسعير التحويلي (*Transfer Pricing*) (دراسة عملية في شركة التصنيع المدرجة في البورصة الإندونيسية في الفترة ٢٠١٢-٢٠١٦) المشرفة: نينا دوى ستياغيديه، الحجة الماجستير الكلمات الرئيسية: التسعير التحويلي، الضريبي، الحوافز الاتصال النفقي، العهد الديون، السعر الصرف

تحدث ظاهرة التسعير التحويلي القائم على الدوافع الإدارية لتجنب الضريبي والسلوك الانتهازي الإداري. ومعدلات الضرائب المرتفعة تسبب الشركة ان تقدم التسعير التحويلي إلى الشركات المشتركة في البلدان مع المعدلات الضريبية المنخفضة. وتميل ملكية الأسهم التي تركز إلى حدوث النفق، وبيع أصول الشركة إلى الشركة المملوكة بسعر أقل من سعر السوق. وتميل نسبة الديون المرتفعة للشركة لان تجعل المدير ليختار السياسات المحاسبية مع تغيرات في الأرباح. تقلبات أسعار الصرف تسبب المدير في اختيار خفض مخاطر أسعار الصرف عن طريق تحويل الأموال إلى العملات القوية. يهدف هذا البحث إلى تحديد تأثير الضريبي، الحوافز الاتصال النفقي، و العهد الديون والسعر الصرف على قرار الشركة لقيام التسعير التحويلي في شركة التصنيع

العينة في هذا البحث هي الشركة التصنيع المدرجة في بورصة اندونيسيا للشركة ٢٠١٢-٢٠١٦، وحصلت على نتائج ١٥ شركات مع طريقة أخذ العينات المقصودة. لمعرفة تأثير المتغير المستقل على المتغير الاعتماد باستخدام تحليل الانحدار اللوجستي باستخدام IBM SPSS *Statistic 24*

دلت نتائج البحث أن المتغير الضريبي و الحوافز الاتصال النفقي و العهد الديون لهم تأثير إيجابي وكبير على قرار شركة التصنيع لتحويل التسعير التحويلي. و متغير سعر الصرف لا يؤثر على قرار شركة التصنيع لتحويل التسعير التحويلي

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation/MNC*) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi, dapat berupa anak perusahaan, agen dan sebagainya dengan berbagai motif. Tiga motif utama berdirinya MNC adalah; (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku dan menjual produknya keluar negeri, (2) mencari pasar dan memperluas jangkauan pemasaran produk yang dimiliki, (3) meminimumkan biaya (*cost minimizer*), seperti keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga tanah yang murah, biaya pengolahan limbah dengan syarat ringan, dan lain sebagainya (www.academia.edu).

Fenomena perusahaan multinasional dalam ekspansinya cenderung mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan melaksanakan konsep *cost revenue profit* dan *corporate profit center concepts* yang dapat mengukur dan menilai kinerja dan motivasi setiap divisi/unit yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut antara lain digunakan sistem harga transfer atau transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum (entitas) atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi wilayah kedaulatan negara (www.academia.edu).

Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain sebagai berikut:

(1) memaksimalkan penghasilan global, (2) mengamankan posisi kompetitif anak/cabang perusahaan dan penetrasi pasar, (3) evaluasi kinerja anak/cabang perusahaan mancanegara, (4) menghindarkan pengendalian devisa, (5) mengontrol kreditabel asosiasi, (6) mengurangi risiko moneter, (7) mengatur *cash flow* anak/cabang yang memadai, (8) membina hubungan baik dengan administrasi setempat, (9) mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, (10) mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah (www.academia.edu).

Berdasarkan Undang–Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Secara universal, transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.

Transfer pricing merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi multinasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung

menggeser kewajiban perpajakannya dari negara–negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya–biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*) (www.transferpricing.web.id).

Fenomena praktik *transfer pricing* di Indonesia pada tahun 2016, Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) menyatakan sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar PPh Badan Pasal 25 dan Pasal 29 selama 10 tahun karena alasan merugi. Perusahaan asing tersebut menggunakan tiga modus utama agar bisa terhindar dari kewajiban menyetor pajak di Indonesia. Tiga modus utama tersebut yaitu; *pertama*, perusahaan tersebut merupakan perusahaan afiliasi yang induk perusahaannya berada di luar negeri, sehingga sangat rawan terjadi proses *transfer pricing*. DJP mempertanyakan pembayaran royalti yang tetap disetorkan anak usahanya di Indonesia kepada induk perusahaannya; *kedua*, ribuan perusahaan multinasional itu merugi karena banyak perusahaan tersebut mendapatkan fasilitas insentif pajak, seperti *tax holiday* dan *tax allowance* saat pengajuan izin ke Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Pada waktu pengajuan pengaduan, perusahaan ini kerap meninggikan biaya pembelian barang modalnya; *ketiga*, perusahaan tersebut sering berganti nama. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kembali insentif pajak dan akhirnya perusahaan tersebut bisa rugi lagi (www.bisnis.liputan6.com).

Penelitian mengenai motivasi pajak dalam transaksi *transfer pricing* telah beberapa kali dilakukan. Yuniasih *et al.* (2012) menemukan bahwa pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan

untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* tersebut akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Noviasatika (2016) menemukan bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan perusahaan manufaktur melakukan *transfer pricing* dengan cara melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi di luar batas negara. Perusahaan melakukan *transfer pricing* dalam perencanaan pajaknya guna meminimalkan pajak yang dibayar. Wafiroh (2015) menemukan bahwa pajak memberikan dampak yang positif pada transaksi *transfer pricing*, artinya pajak memberikan dampak yang sangat jelas bagi berlangsungnya transaksi *transfer pricing*, dimana motif dilakukannya transaksi tersebut adalah salah satunya untuk penghindaran pajak.

Kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Di Indonesia, konglomerasi mendominasi perekonomian nasional sekaligus memberikan kontribusi besar dalam krisis ekonomi nasional. Perusahaan dengan karakteristik kelompok bisnis konglomerat menyebabkan timbulnya risiko ekspropriasi sebagai akibat pengaruh kuat dari pemegang saham pengendali yang merugikan pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lain. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya. Dengan demikian yang terkonsentrasi pada satu pihak, menimbulkan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan kegiatan *tunneling*. *Tunneling* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan profit

perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2008).

Tunneling dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di Bursa harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (Lo *et al.*, 2010).

Terdapat beberapa penelitian tentang *tunneling incentive* yang telah dilakukan Marfuah (2014) yang menemukan bahwa semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive*, maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Mispianiti (2015) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Dijelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki asing akan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali yang berada di negara yang tarif pajaknya lebih rendah daripada Indonesia. Wafiroh (2015) menemukan bahwa *tunneling incentive* memberikan dampak negative terhadap transaksi *transfer pricing*, dimana transaksi *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan akan mengakibatkan adanya *tunneling* yang mengakibatkan kerugian bagi pemilik saham minoritas atau non pengendali, dikarenakan pemilik saham pengendali menginginkan keuntungan yang lebih besar dengan dilakukannya *tunnel* terhadap perusahaan dengan pemilik saham minoritas dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah *debt covenant*. Hal ini sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* dalam teori akuntansi positif yang mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki rasio hutang yang lebih tinggi memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini, dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan *transfer pricing* (Pramana, 2014).

Pramana (2014) untuk pertama kalinya memunculkan *debt covenant* sebagai salah satu variabel dalam penelitiannya terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian selanjutnya oleh Rosa (2017) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan kesimpulan bahwa setiap satu persen kenaikan *debt covenant*, maka akan meningkatkan keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, yaitu *exchange rate*. Marfuah dan Azizah (2014), menyatakan bahwa arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang, dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Sebagai contoh, sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena

nilai tukar valuta yang terus–menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah–berubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Namun hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chan, Landry dan Jalbert (2002) yang menemukan bahwa 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*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel independen yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan. Adapun *research gap* tersebut adalah sebagai berikut.

Dalam penelitian Hartati *et al.* (2014) mengenai “Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” menyatakan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun dalam penelitian yang dilakukan Mispianiti (2015) mengenai “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” menyatakan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Dalam penelitian Noviasatika *et al.* (2016) mengenai “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*” menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2014) menyatakan bahwa

tunneling incentive tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kegiatan *transfer pricing*.

Dalam penelitian Marfuah (2014) mengenai “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan” menyatakan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Namun dalam penelitian Andraeni (2017) yang menemukan hasil bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini akan menguji kembali pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam keputusannya untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Pemilihan perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur memiliki potensi yang tinggi dalam melakukan *transfer pricing*. Selain itu Penanaman Modal Asing (PMA) dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri (Gunadi dalam Pramana, 2014). Kemudian dengan memperhatikan *research gap* yang muncul dari penelitian terdahulu, maka penulis termotivasi untuk menguji kembali dengan harapan bahwa penulis mampu menemukan relevansi, sehingga dapat diketahui apakah teori yang dihasilkan masih dapat digunakan sebagai dasar keilmuan untuk sekarang dan seterusnya.

Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant* dan *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
2. Mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
3. Mengetahui pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
4. Mengetahui pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat teoritis, yaitu untuk mengembangkan ilmu yang terdapat dalam bentuk manfaat praktis, yang dalam

bentuk manfaat praktis menyangkut pemecahan masalah–masalah yang aktual. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan kajian dalam penelitian mengenai *transfer pricing* dan latar belakang dilakukannya transaksi tersebut bagi perusahaan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi:
 - a. Pemerintah
Untuk memperbaiki peraturan perundang–undangan mengenai kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional, sehingga dapat mengurangi kecurangan pajak yang dilakukan oleh perusahaan–perusahaan terkait.
 - b. Pengguna Informasi Laporan Keuangan
Pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat lebih berhati–hati dan lebih cermat menganalisis terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh direksi guna kepentingan pribadi. Juga bagi pemegang saham minoritas untuk dapat lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.
 - c. Masyarakat
Memberikan pemahaman bagi masyarakat luas mengenai apa dan bagaimana transaksi *transfer pricing* dilakukan dalam proses bisnis perusahaan manufaktur.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian mengenai kegiatan *transfer pricing* yang dijadikan sebagai acuan pada penelitian ini adalah: Yuniasih *et al.* (2012) dengan judul “Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia” yang menyatakan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Dimana beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Transaksi pihak terkait juga lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran deviden, sehingga terdapat kecenderungan pemegang saham mayoritas melakukan kegiatan *tunneling incentive* kepada pemegang saham minoritas.

Mispiyanti (2015) dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” yang menyatakan bahwa pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010–2013. Dimana kemungkinan perusahaan mengurangi beban pajak perusahaan dengan menerapkan manajemen pajak dan upaya menghemat pengeluaran pajaknya tidak selalu dengan faktor mekanisme bonus, tetapi perusahaan dapat melakukan manajemen pajak yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun, variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap

keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini menjelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki asing akan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan penentuan harga yang tidak wajar guna kepentingan pemegang saham pengendali yang berada di negara yang tarif pajaknya lebih rendah daripada Indonesia.

Marfuah dan Azizah (2014) dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan” menemukan bahwa hanya variabel *tunneling incentive* yang berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing* perusahaan. Sedangkan pajak berpengaruh negatif signifikan. Dimana semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan, maka akan menurunkan keputusan *transfer pricing* perusahaan atau sebaliknya. Dan *exchange rate* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa besar-kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan apakah perusahaan akan memilih untuk melakukan keputusan *transfer pricing* atau memilih untuk tidak melakukan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan.

Noviastika *et al.* (2016) dalam penelitiannya yang judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” menemukan bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Dimana transaksi *transfer pricing* yang dilakukan dengan perusahaan afiliasi berada di luar batas negara digunakan sebagai salah satu cara perencanaan pajak. Perusahaan mengalihkan kekayaan ke perusahaan lain yang berada di luar Indonesia dengan cara *transfer pricing*, sehingga laba berkurang dan pajak yang dibayarkan juga berkurang. *Tunneling incentive*

menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dimana perusahaan sampel dengan kepemilikan terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak cenderung melakukan *tunneling* melalui *transfer pricing* di dalamnya. Tujuannya untuk meningkatkan laba bagi pemegang saham mayoritas yang menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas. Sedangkan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dimana perusahaan tidak mempertimbangkan tata kelola perusahaan yang baik sebagai dasar penentuan kegiatan *transfer pricing*.

Hartati *et al.* (2014) dengan judul “Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” menyatakan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan pada keputusan *transfer pricing*. Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Serta besarnya mekanisme bonus yang dilihat dari indeks trend laba bersih akan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Karena dalam memberikan bonus pada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya dengan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya.

Pramana (2014) dalam penelitiannya yang judul “Pengaruh Pajak, *Bonus Plan*, *Tunneling Incentive* dan *Debt Covenant* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011–2013)” menyatakan bahwa pajak, *tunneling incentive* dan *debt covenant* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan *bonus plan* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

Koefisien determinasi sebesar 0,486 yang berarti 48,6% *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel tersebut, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih banyak variabel di luar penelitian yang dapat menjelaskan *transfer pricing*.

Rosa *et.al* (2017) dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant* dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Transaksi *Transfer Pricing* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)” menemukan hasil bahwa *debt covenant* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan untuk variabel pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Andraeni (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2015)” menyatakan bahwa variabel *exchange rate* dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan, sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma (2012).	Pengaruh Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i> pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>). Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> . Dan Uji Multikolinieritas untuk menguji tidak adanya gejala korelasi yang kuat antar variabel bebas.	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif pada keputusan <i>transfer pricing</i> dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,039 dan 0,030 yang lebih kecil dari 0,05.
2.	Mispiyanti (2015).	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>) dengan metode <i>Stepwise</i> . Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> . Dan Uji Multikolinieritas.	Pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> dengan tingkat signifikansi masing-masing 0,093 dan 0,999 yang lebih besar dari 0,05. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> dengan tingkat signifikansi 0,027 yang lebih kecil dari 0,05.
3.	Marfuah dan Andri Puren	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling</i>	Analisis data dengan teknik analisis regresi	Pajak berpengaruh

	Noor Azizah (2014).	<i>Incentive</i> dan <i>Exchange Rate</i> pada Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>). Uji sig-Wald untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen di dalam model regresi logistik.	negatif signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> perusahaan. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> perusahaan. <i>Exchange rate</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
4.	Dwi Noviasatika F., Yuniadi Mayowan dan Suhartini Karjo (2016).	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan dengan Perusahaan Asing)	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>).	Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap indikasi perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,023 dan 0,031 yang lebih kecil dari 0,05. <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) tidak berpengaruh signifikan.
5.	Winda Hartati, Desmiyawati dan Nur Azlina (2014).	Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>). Tes statistik untuk menilai <i>overall fit model</i> , yaitu nilai <i>Log likelihood</i> , <i>Cox</i> dan <i>Snell's R Square</i> , <i>Hosmer and</i>	Pajak dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan pada keputusan <i>transfer pricing</i> dengan tingkat signifikansi masing-masing

		Efek Indonesia)	<i>Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> dan <i>classification table</i> .	sebesar 0,021 dan 0.009 yang lebih kecil dari 0,05.
6.	Aviandika Heru Permana (2014).	Pengaruh Pajak, <i>Bonus Plan</i> , <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik (<i>Binary Logistic Regresion</i>), Uji Statistik Deskriptif, Uji Multikolinieritas, Uji <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> , Uji Variabilitas dan Uji Hipotesis.	Pajak, <i>tunneling incentive</i> dan <i>debt covenant</i> berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan <i>bonus plan</i> tidak berpengaruh signifikan.
7.	Ria Rosa, Rita Andini dan Kharis Raharjo (2017).	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Debt Covenant</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i> (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik. Uji statistic deskriptif. <i>Overall Model Fit Test</i> . <i>Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test</i> . Matrik Klasifikasi. Koefisien Determinasi. Uji Multikolinieritas.	<i>Debt covenant</i> dan <i>good corporate governance</i> berpengaruh terhadap transfer pricing, sedangkan untuk variabel pajak, <i>tunneling incentive</i> dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
8.	Syarah Sefty Andraeni (2017).	Pengaruh <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan	Analisis data dengan teknik analisis regresi logistik. Uji statistic deskriptif. <i>Overall Model Fit Test</i> . <i>Hosmer and Lemeshow's</i>	Variabel <i>exchange rate</i> dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan

		Perusahaan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2015)	<i>Goodness of Fit Test</i> . Matrik Klasifikasi. Koefisien Determinasi. Uji Multikolinieritas. Model Persamaan Regresi Terbentuk.	<i>transfer pricing</i> perusahaan, sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> perusahaan.
--	--	---	--	---

Sumber: data diolah penulis, 2017

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Persamaannya adalah terletak pada; (1) fokus penelitian, yaitu berfokus pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sehingga *transfer pricing* adalah variabel dependen; (2) data yang digunakan, yaitu data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia; (3) teknik pengambilan sampel, yaitu dengan metode *purposive sampling*; (4) metode analisis data, yaitu dengan teknik analisis regresi logistik (*Binary Logistic Regression*). Adapun perbedaannya adalah terletak pada; (1) penggunaan variabel independen, yaitu pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate*; (2) populasi dan sampel penelitian, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah teori yang muncul ketika ada dua pihak yang saling terikat, dimana kedua belah pihak sepakat untuk memakai jasa. Hubungan keagenan adalah sebagai kontrak, dimana satu atau beberapa orang (*principal*) memperpejakan

orang atau pihak lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan. Dari sini dapat diketahui bahwa manajemen wajib mempertanggungjawabkan semua keputusan terhadap pengguna laporan keuangan, termasuk investor, *stakeholders*, pemegang saham dan kreditor.

Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan (Colgan, 2001 dalam Pramana 2014), yaitu:

- 1) *Moral Hazard*. Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi) dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.
- 2) Penahanan Laba (*Earnings Retention*). Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.
- 3) Horizon Waktu. Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas, dimana principal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.
- 4) Penghindaran Risiko Manajerial. Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha

meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalkan manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Masalah keagenan muncul dikarenakan tindakan oportunistik yang dilakukan manajer selaku agen, yaitu tindakan manajemen untuk mensejahterakan kepentingan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham (*principal*). Terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan antara *agent* dan *principal*, dimana kedua pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran sesuai yang masing-masing mereka kehendaki (Herman, 2013 dalam Pramana 2014).

2.2.2 Teori Akuntansi Positif

Watts dan Zimmerman (1986) dalam jurnalnya *Positive Accounting Theory* menyebutkan Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan, dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu. Teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu: (1) hipotesis program bonus (*the bonus plan hypothesis*), (2) hipotesis perjanjian utang (*the debt covenant hypothesis*), dan (3) hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*). Hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut (Pramana, 2014):

- 1) Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypothesis*). Hipotesis ini menjelaskan bahwa manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi dalam setiap periode. Jika imbalan mereka bergantung pada bonus yang dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan mereka bisa meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode tersebut.
- 2) Hipotesis Kontrak Hutang (*The Debt Covenant Hypothesis*). Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini.
- 3) Hipotesis Biaya Politik (*The Political Cost Hypothesis*). Dalam hipotesis ini semua hal lain dalam keadaan tetap, makin besar biaya politik yang mesti ditanggung oleh perusahaan, manajer cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang menyerah pada laba yang dilaporkan dari masa sekarang menuju masa depan.

2.2.3 *Transfer Pricing*

2.2.3.1 Pengertian *Transfer Pricing*

Terdapat berbagai macam definisi yang dikemukakan oleh para ahli mengenai istilah *transfer pricing*, seperti yang dikemukakan dalam Pramana (2014) yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Charles T. Hongren, *transfer price is the price one subunit (department or division) charges for product or service supplied to another subunit of the same organization.*
- b. Menurut Dr. Gunadi, *transfer pricing* adalah penentuan harga atau imbalan sehubungan dengan penyerahan barang, jasa atau pengalihan teknologi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dan suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisial, membuat seolah-olah perusahaan rugi, menghindari pajak atau bea di suatu negara.
- c. Menurut Dirjen Pajak, *transfer pricing* adalah penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud atau penyediaan antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi).

Dari definisi-definisi tersebut bisa dilihat bahwa *transfer pricing* mempunyai makna yang berbeda tergantung dari sudut pandang masing-masing. *Transfer pricing* bisa merupakan hal yang wajar dalam dunia usaha (definisi netral), namun menurut Prof. Dr. Gunadi yang merupakan mantan direktur pemeriksaan pajak, *transfer pricing* mempunyai konotasi negatif sebagai suatu praktik bisnis yang tidak baik, yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak (*taxable income*) dari suatu perusahaan

yang dimiliki oleh perusahaan multinasional ke negara–negara yang tarif pajaknya rendah dalam rangka mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan multinasional tersebut.

Dalam pengertian lain sebagaimana telah dikemukakan oleh para ahli mengenai pengertian *transfer pricing*, dapat diketahui bahwa transaksi *transfer pricing* adalah transaksi yang dilakukan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa atau biasa disebut sebagai pihak afiliasi. Terdapat dua kategori mengenai ketentuan yang termasuk dalam pihak yang memiliki hubungan istimewa, yaitu ketentuan hubungan istimewa menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 7) serta ketentuan hubungan istimewa menurut Undang–Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008.

Pengertian mengenai hubungan istimewa sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 7) tentang Pengungkapan Pihak–Pihak Berelasi adalah sebagai berikut: (a) Perusahaan yang melalui satu atau lebih perantara (*intermediaries*), mengendalikan, atau dikendalikan oleh, atau berada di bawah pengendalian bersama, dengan perusahaan pelapor (termasuk *holding companies*, *subsidiaries* dan *fellow subsidiaries*); (b) perusahaan asosiasi (*associated company*); (c) perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung suatu kepentingan hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut (yang dimaksud dengan anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor); (d) karyawan kunci, yaitu orang–orang yang mempunyai wewenang dan tanggungjawab untuk merencanakan,

memimpin dan mengendalikan kegiatan perusahaan pelapor yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi dan manajer dari perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut; (e) perusahaan dimana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam (c) atau; (d) setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut, ini mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki anggota dewan komisaris, direksi atau pemegang saham utama dari perusahaan pelapor dan perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama dengan perusahaan pelapor.

Pengertian hubungan istimewa sesuai dengan Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 (UU PPh) adalah hubungan istimewa dianggap apabila: (a) wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau (b) wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya atau dua atau lebih wajib pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (c) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus atau ke samping satu derajat.

Dikutip dari (www.transferpricing.web.id), aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di dalam aturan ini disebutkan pengertian *arm's length principle*, yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang

wajar. Peraturan Dirjen Pajak tersebut juga diatur bahwa *arm's length principle* dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah: (a) melakukan analisis kesebandingan dan menentukan pembanding; (b) menentukan metode penentuan harga transfer yang tepat; (c) menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha berdasarkan hasil analisis kesebandingan dan metode penentuan harga transfer yang tepat ke dalam transaksi yang dilakukan antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa; dan (d) mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan harga wajar atau laba wajar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

2.2.3.2 Penetapan Harga Transfer

Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 menyebutkan metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan *transfer pricing*, yaitu sebagai berikut:

1) Metode Perbandingan Harga (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*).

Metode ini membandingkan harga transaksi dari pihak yang ada hubungan istimewa tersebut dengan harga transaksi barang sejenis dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (pembanding independen), baik itu internal CUP maupun eksternal CUP. Metode ini sebenarnya merupakan metode yang paling akurat, tetapi yang sering menjadi permasalahannya adalah mencari barang yang benar-benar sejenis.

2) Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*).

Metode ini digunakan dalam hal wajib pajak bergerak dalam bidang usaha perdagangan, dimana produk yang telah dibeli dari pihak yang mempunyai

hubungan istimewa dijual kembali (*resale*) kepada pihak lainnya (yang tidak mempunyai hubungan istimewa). Harga yang terjadi pada penjualan kembali tersebut dikurangi dengan laba kotor (*mark up*) wajar sehingga diperoleh harga beli wajar dai pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

- 3) Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*). Metode ini dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Umumnya digunakan pada usaha pabrikasi.
- 4) Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*). Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dengan menggunakan metode kontribusi (*contribution profit split method*) atau metode sisa pembagian laba (*residual profit split method*).
- 5) Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*). Metode ini dilakukan dengan membandingkan persentase laba bersih operasi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain yang tidak

mempunyai hubungan istimewa atau persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya.

2.2.3.3 Dampak Penetapan Harga Transfer

Penetapan harga transfer mempengaruhi divisi-divisi yang melakukan transfer dan juga perusahaan secara keseluruhan. Hal ini terjadi melalui dampak yang ditimbulkannya terhadap; 1) ukuran-ukuran kinerja divisi 2) laba perusahaan 3) otonomi divisi (Hansen dan Mowen, 2005).

1) Dampak terhadap Ukuran Kerja Divisi

Harga yang dikenakan untuk barang yang ditransfer mempengaruhi biaya divisi pembeli dan pendapatan divisi penjual. Artinya, laba kedua divisi tersebut sebagaimana juga evaluasi dan kompensasi para manajer mereka, dipegaruhi oleh harga transfer. Karena berpengaruh terhadap ukuran kinerja berdasarkan laba dari kedua divisi (misalnya ROI dan EVA), maka penentuan harga transfer sering menjadi masalah yang ditanggapi dengan sangat emosional.

2) Dampak terhadap Keuntungan Perusahaan

Meskipun harga transfer aktual tidak mempengaruhi perusahaan sebagai satu kesatuan, penetapan harga transfer ternyata mampu mempengaruhi tingkat laba yang dihasilkan oleh perusahaan dalam dua penghasilan. Divisi-divisi yang bertindak secara independen mungkin menetapkan harga transfer yang memaksimalkan laba divisi tetapi menimbulkan pengaruh sebaliknya bagi laba perusahaan secara keseluruhan.

Penetapan harga transfer juga dapat mempengaruhi pajak penghasilan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini terutama terjadi pada perusahaan multinasional. Namun, sebagaimana yang umumnya berlaku, perusahaan mungkin berupaya mengatur harga transfer sedemikian rupa sehingga lebih banyak pendapatan yang diberikan kepada divisi yang beroperasi di negara dengan pajak rendah dan biaya yang lebih tinggi diberikan kepada divisi yang beroperasi di negara dengan pajak tinggi.

3) Dampak terhadap Otonomi

Karena keputusan penetapan harga transfer dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara keseluruhan, manajemen puncak sering tergoda untuk mencampuri dan mendikte harga transfer yang mereka kehendaki. Namun, apabila campur tangan seperti itu menjadi sering dilakukan, maka organisasi secara efektif telah menanggulhkan proses desentralisasi dengan segala keunggulannya. Organisasi mengadopsi desentralisasi karena manfaatnya lebih besar dari kerugiannya. Salah satu kerugian tersebut adalah munculnya perilaku manajer divisi yang kurang optimal. Jadi, campur tangan manajemen pusat dalam mengurangi biaya ini dapat benar-benar menjadi lebih mahal dalam jangka panjang dibandingkan tanpa adanya campur tangan.

2.2.3.4 Pertimbangan Penetapan Harga Transfer

Dalam operasi luar negeri, dibutuhkan beberapa pertimbangan untuk dapat sampai kepada suatu harga transfer. Pertimbangan-pertimbangan tersebut termasuk perpajakan, peraturan pemerintah, tarif, nilai tukar, pengawasan nilai tukar mata uang, akumulasi dana, tekanan persaingan dan *joint venture* (www.academia.edu).

1) Perpajakan

Tarif pajak penghasilan efektif dapat memiliki perbedaan yang sangat jauh dimasing-masing negara-negara asing. Sistem harga transfer yang memungkinkan pengalihan keuntungan ke negara-negara dengan tingkat pajak yang rendah dapat mengurangi jumlah pajak penghasilan perusahaan yang digabungkan dari seluruh dunia.

2) Peraturan Pemerintah

Jika tidak diatur oleh pemerintah, perusahaan akan menetapkan harga transfer untuk meminimalkan laba kena pajak di negara-negara dengan tingkat pajak penghasilan yang tinggi. Namun demikian, otoritas pajak pemerintah mencegah dari adanya kemungkinan ini dan mengeluarkan peraturan yang menentukan bagaimana harga transfer dapat dihitung.

3) Tarif

Tarif seringkali dipungut berdasarkan persentase tertentu dari nilai impor atau produk. Semakin rendah harganya, semakin rendah pula tarif yang akan dikenakan. Timbulnya tarif biasanya memiliki hubungan terbalik dengan timbulnya pajak pendapatan di dalam harga transfer. Meskipun tarif untuk barang-barang yang dikenakan ke suatu negara tertentu akan lebih rendah jika harga transfernya juga rendah, keuntungannya yang dicatat di negara itu, dan karenanya pajak penghasilan lokal atas laba akan ikut tinggi. Jadi, efek bersih dari faktor-faktor ini harus ikut diperhitungkan dalam menentukan harga transfer yang tepat. Karena pajak penghasilan umumnya memiliki jumlah lebih besar daripada tarif, harga

transfer internasional biasanya lebih banyak didasarkan pada pajak penghasilan daripada tarif.

4) Nilai Tukar

Harga transfer bila digunakan untuk mengurangi resiko nilai tukar uang misalnya dengan memindahkan dana dari negara yang mata uangnya lemah ke negara dengan mata uangnya kuat.

5) Pengawasan Nilai Tukar Mata Uang

6) Beberapa negara membatasi jumlah nilai mata uang asing yang tersedia untuk mengimpor komoditas tertentu. Karena kondisi seperti itu, harga transfer yang lebih rendah memungkinkan anak perusahaan membawa jumlah komoditi yang lebih banyak. Penentuan harga transfer bisa digunakan untuk memindahkan dana keluar dari suatu negara yang beroperasi secara ketat terhadap pemindahan deviden maupun modalnya.

7) Akumulasi Dana

Perusahaan mungkin ingin mengakumulasikan dananya di satu negara tertentu daripada di negara lain. Harga transfer adalah salah satu cara untuk mengalihkan dana tersebut ke dalam atau ke luar negara tertentu.

8) Tekanan Persaingan

Harga transfer bisa digunakan untuk memungkinkan anak perusahaan menetapkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing lokal.

9) *Joint Venture*

Joint venture bisa menimbulkan masalah kompleksitas pada penetapan harga transfer. Misalnya suatu perusahaan Indonesia mengadakan *joint venture* di Malaysia dengan perusahaan lokal. Jika induk perusahaan

menetapkan harga yang lebih tinggi untuk komponen yang ditransfer ke Malaysia, partner Malaysia tersebut mungkin menolak harga transfer tersebut karena akan menurunkan laba dari partner Malaysia tersebut.

2.2.4 Pajak

2.2.4.1 Pengertian Pajak

Definisi pajak berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 pasal 1 berbunyi sebagai berikut: 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.

Menurut Rochmat Soemitro, definisi atau pengertian pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2016).

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Iuran dari Rakyat Kepada Negara. Artinya bahwa yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
- 2) Berdasarkan Undang-Undang. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
- 3) Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

- 4) Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran–pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Dalam Pramana, (2014), peraturan pajak berkaitan dengan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah sebagai berikut:

- a) *Transfer pricing* yang dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principles*).
- b) Metodologi *transfer pricing* yang digunakan oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan praktik usaha yang lazim yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa.
- c) Wajib pajak yang bersangkutan dan perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan proporsi fungsinya dalam transaksi.
- d) 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*).

2.2.4.2 Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo (2016) ada dua fungsi pajak, yaitu:

- 1) Fungsi anggaran (*budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

- 2) Fungsi mengatur (*regulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi. Sebagai contoh; a) pajak yang

tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras; b) pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif.

2.2.4.3 Subjek Pajak

Dalam UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 2, yang menjadi subjek pajak adalah:

1. Orang pribadi
2. Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak
3. Badan
4. Bentuk Usaha Tetap

Bentuk Usaha Tetap merupakan subjek pajak yang perlakuan perpajakannya dipersamakan dengan subjek pajak badan. Subjek pajak dibedakan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri.

Subjek pajak dalam negeri adalah; a) orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, atau orang pribadi yang dalam suatu tahun pajak berada di Indonesia dan mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia; b) badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia, kecuali unit tertentu dari badan pemerintah yang memenuhi kriteria: 1) pembentukannya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan; 2) pembiayaannya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah; 3) penerimaannya dimasukkan dalam anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; 4) pembukuannya diperiksa oleh aparat pengawasan fungsional Negara; 5) warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak (Mardiasmo, 2016).

2.2.5 *Tunneling Incentive*

Tunneling muncul dalam dua bentuk. Pertama, peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan untuk kepentingannya sendiri melalui transaksi hubungan istimewa yang diatur sedemikian rupa. Transaksi tersebut mencakup penjualan asset dan kontrak penjualan seperti *transfer pricing* yang hanya menguntungkan pemegang saham pengendali dan eksploitasi peluang-peluang yang ada pada perusahaan. Kedua, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan porsi sahamnya tanpa memberikan kontribusi asset apapun bagi perusahaan melalui isu-isu saham dilutive, pembatasan terhadap pemegang saham non-pengendali, atau transaksi lainnya yang merugikan kelompok non-pengendali (Johnson *et al.*, 2000).

Tunneling dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di Bursa harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (Lo *et al.*, 2010).

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2008).

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan

laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

2.2.6 *Debt Covenant*

Dalam Nugroho (2012), *debt covenant* adalah kontrak yang ditujukan pada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Cochran, 2001).

Kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*) merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman (lender atau kreditur) dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan atau membiarkan modal kerja dan kekayaan pemilik berada di bawah tingkat yang telah ditentukan, yang mana semuanya menurunkan keamanan (atau menaikkan resiko) bagi kreditur yang telah ada. Kontrak ini didasarkan pada teori akuntansi positif, yaitu hipotesis *debt covenant* yang menyatakan bahwa semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang, manajer memiliki kecenderungan untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk dapat menaikkan laba dan menghindari peraturan kredit adalah dengan *transfer pricing*.

2.2.7 *Exchange Rate*

Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relative kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. Sebagai contoh, sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan

pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga (Marfuah dan Azizah, 2014). Dengan kondisi yang demikian, 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. Sebab *exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan *et al.*, 2002 dalam Marfuah 2014).

2.3 Kajian Keislaman *Transfer Pricing*

2.3.1 Transaksi *Transfer Pricing* dalam Perspektif Hukum Islam

Jual beli dalam fiqh islam adalah suatu pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik yang dilakukan dengan cara-cara tertentu yang diperbolehkan (Ibnu Qudamah dalam Achmadiyah, 2013). Pada transaksi *transfer pricing* baik domestik maupun multinasional, terjadi pengalihan dan pemindahan atau pemindahan barang berwujud, barang tak berwujud, jasa penelitian, pengembangan dan sebagainya kepada anak perusahaannya yang masih terikat dalam hubungan istimewa (Zain dalam Achmadiyah, 2013). Dengan berpindahnya barang ini dikenakan suatu harga yang disebut dengan harga transfer (*transfer pricing*) dan barang pun berpindah milik ke perusahaan lain (Achmadiyah, 2013).

Dengan melihat jalannya transaksi *transfer pricing* secara umum, maka dapat disimpulkan bahwa transaksi *transfer pricing* dikategorikan ke dalam transaksi jual beli (*al-bay'*). Jual beli dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syaratnya. Rukun jual beli menurut jumhur ulama' adalah orang yang berakad, *sighat*, barang yang diperjualbelikan dan harga barang (Achmadiyah, 2013).

Pada transaksi *transfer pricing* ada beberapa rukun yang harus dipenuhi. Yang pertama adalah orang yang berakad. Dalam hal ini penjual dan pembeli adalah perusahaan induk atau perusahaan cabang. Yang kedua *sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*). Penyerahan barang dan jasa pada transaksi *transfer pricing* dilakukan melalui pengiriman yang diwakili dengan dokumen atau faktur pengiriman dan faktur penerimaan barang/jasa, sehingga *ijab qabul*-nya tidak dengan berhadap-hadapan secara langsung, tetapi melalui dokumen pengiriman, *ijab qabul* seperti ini dinyatakan sah, karena memang *ijab qabul* secara berhadapan sulit untuk dilaksanakan. Yang ketiga yaitu adanya barang yang diperjual belikan (*ma'qud 'alaih*). Salah satu syaratnya adalah suci, milik sendiri, tidak di *ta'likkan*, tidak dibatasi waktu, dapat diserahkan dan mempunyai manfaat (Achmadiyah, 2013).

Pada transaksi *transfer pricing* barang yang diperjual belikan adalah barang berwujud, barang tidak berwujud, jasa, keuangan, pengembangan, pemeliharaan, pemasaran dan sebagainya. Jika kita lihat obyek *transfer pricing*, maka barang-barang tersebut sudah sah sebagai syarat dari *ma'qud 'alaih* jual beli, yaitu suci, dapat diserahkan, tidak dita'likkan, bermanfaat dan milik perusahaan sendiri. Mengenai wujud barang yang diperjualbelikan berupa jasa, pengembangan dan barang tak berwujud lainnya, maka dalam islam barang-barang tersebut tergolong harta yang bernilai dan mempunyai manfaat. Dengan demikian, dari segi barang yang

diperjual belikan, *transfer pricing* termasuk kategori jual beli yang sah (Achmadiyah, 2013).

Rukun yang keempat adalah harga barang. Harga dalam islam terbagi menjadi dua, yaitu *al-thaman* dan *al-si'r*. *al-si'r* adalah harga yang berlaku ditengah-tengah masyarakat, sedangkan *al-thaman* adalah harga yang dianatar sesama pedagang sebelum barang itu dijual kepada konsumen (harga modal awal barang). Syarat-syarat *al-si'r* adalah bahwa harga barang harus ditetapkan dan disepakati oleh kedua belah pihak, dapat diserahkan pada waktu akad, bila tidak dibayar secara tunai, maka waktu pembayarannya harus jelas. Pada transaksi *transfer pricing*, harga yang berlaku diantara kedua belah pihak adalah sudah sesuai kesepakatan, karena pihak yang bertransaksi itu masih terikat dalam hubungan kepemilikan atau hubungan istimewa. Harga barang atau jasa yang terjadi diantara perusahaan afiliasi tersebut, dapat lebih rendah atau tinggi daripada harga pasar apabila diantara kedua belah pihak yang bertransaksi (penjual dan pembeli dilandasi oleh prinsip suka sama suka (*at-taradin*), karena inti dari jual beli adalah adanya kerelaan dari masing-masing pihak. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَن تَرَاضٍ

Artinya: “Sesungguhnya jual beli harus didasarkan kepada saling merelakan” (HR. Ibnu Majah II/ 737 No. 2185 dan Ibnu Hibban No. 4967).

Dengan demikian, jika kita cermati rukun dan syarat jual beli, maka transaksi *transfer pricing* telah memenuhi rukun dan syarat jual beli, sehingga transaksi *transfer pricing* tergolong transaksi jual beli yang sah (Achmadiyah, 2013).

2.3.2 Transaksi Rekayasa Pajak pada *Transfer Pricing* dalam Perspektif Hukum Islam

Transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing* dilakukan dengan cara mengalihkan keuntungan ke perusahaan cabang yang berada di negara bertarif pajak rendah (*tax-haven country*). Cara mengalihkan keuntungan diantaranya dengan merekayasa harga penjualan dan atau harga pembelian menjadi lebih rendah atau lebih tinggi daripada harga pasar (Achmadiyah, 2013).

Ulama telah menegemukakan bahwa *al si'r* terjadi karena adanya permintaan dan penawaran (*demand dan supply*). Dimana harga pasar terjadi secara alami tanpa campur tangan pemerintah dan ulah para pedagang, karena islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkan pada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan. Pemerintah pun tidak diperkenankan menetapkan harga jika kondisi pasar berjalan sesuai aturan, karena masalah harga merupakan masalah yang invisible, dan hanya Allah-lah yang berwenang menetapkan harga (Achmadiyah, 2013). Hal ini sesuai dengan hadits dari Anas bin Malik r.a:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ

Artinya: "...Sesungguhnya Allah SWT-lah yang (berhak) menetapkan harga dan menahannya, melapangkan dan memberi rezeki..." (HR. Ibnu Majah No. 2191).

Pada transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing*, terjadi permainan harga antara perusahaan terafiliasi, dimana harga yang berlaku diantara mereka berbeda dengan harga pasar. Harga tersebut memang dirancang sedemikian rupa untuk tujuan mengalihkan keuntungannya ke cabang perusahaannya yang berada di *tax-heaven*

country, sehingga pajak yang dibayar menjadi kecil. Islam mengategorikan perbuatan menetapkan harga tanpa melalui permintaan dan penawaran sebagai tindakan yang zalim, karena dengan mematok harga berarti telah mengambil hak orang lain, yaitu hak para pedagang (Achmadiyah, 2013).

Transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing* dalam menaik-turunkan harga baik pada harga penjualan (ekspor) dan harga pembelian (impor) tergolong perbuatan zalim, karena telah merugikan pemerintah. Dimana pendapatan pemerintah menjadi berkurang karena pajak yang diterimanya kecil. Dampak yang ditimbulkan dari transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing* memang tidak merugikan sesama pelakunya (pihak penjual dan pembeli), karena harga tersebut memang sudah dibicarakan dan disepakati oleh mereka, tetapi membawa dampak yang merugikan bagi pemerintah, yaitu berkurangnya pendapatan negara dari sektor pajak (Achmadiyah, 2013). Sebagaimana ayat Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90 yang menerangkan tentang perintah untuk menjauhi perbuatan zalim dan arogansi dalam kehidupan.

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ

يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ .

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

Pemerintah telah menetapkan kebijakan harga transfer (*Advance Pricing Agreement*) diantara pihak yang terikat hubungan istimewa dengan tujuan mengurangi rekayasa pajak melalui *transfer pricing*. Harga transfer yang diterapkan pemerintah merujuk pada harga wajar, yaitu harga transfer yang terjadi diantara pihak-pihak independen. Tujuannya untuk mengurangi praktek nakal yang dilakukan oleh perusahaan yang tidak bersedia membayar pajak sesuai dengan kewajibannya (Achmadiyah, 2013).

Tindakan pemerintah menetapkan harga transfer ini tidak termasuk penetapan harga yang zalim, tetapi termasuk *al-tas'ir aljabari* karena memang diperlukan dan sesuai dengan kondisi yang ada, demi menyelamatkan keuangan negara dari kerugian. Oleh sebab itu, pemerintah menetapkan harga transfer diantara pihak-pihak yang terikat dalam hubungan istimewa untuk mengurangi terjadinya rekayasa pajak melalui *transfer pricing* (Achmadiyah, 2013).

2.3.3 *Tunneling Incentive* dengan Cara *Transfer Pricing* dalam Perspektif Hukum Islam

Manusia diperintahkan untuk mencari rezeki yang halal. Halal disini adalah baik cara mendapatkannya maupun apa yang didapatkannya itu sendiri. Allah melarang orang-orang yang beriman untuk memperoleh rezeki atau mencari nafkah dengan cara yang batil, karena dengan cara seperti itu maka akan merugikan orang lain dan nafkah ataupun harta yang diperolehnya menjadikannya haram. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا .

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini menerangkan tentang larangan memakan harta secara batil. Dasar yang menjelaskan mengenai larangan untuk melakukan kegiatan *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan kegiatan mengambil keputusan atau kebijakan oleh pemegang saham mayoritas dimana kebijakan tersebut diambil guna mencapai tujuan yang menguntungkan pribadi pemilik saham mayoritas dengan cara mengesampingkan kepentingan pemilik saham minoritas yang menimbulkan kerugian bagi pemilik saham minoritas. Keuntungan yang didapatkan oleh pemilik saham mayoritas dikategorikan sebagai keuntungan yang bathil karena cara mendapatkannya adalah dengan cara mengorbankan keuntungan pemiliki saham minoritas sehingga menyebabkan kerugian bagi pemilik saham minoritas itu sendiri.

2.4 Kerangka Konseptual

Perusahaan yang pada umumnya adalah komersial yang bertujuan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya akan merasa sangat dirugikan dengan adanya tarif pajak yang tinggi yang ditetapkan oleh pemerintah. Dimana dengan adanya biaya pajak yang ditanggung, mengakibatkan laba yang diperoleh akan menjadi semakin kecil. *Transfer pricing* merupakan salah satu kebijakan perusahaan terkait dengan

perencanaan pajak (*tax planning*). Dengan melakukan transfer asset ke perusahaan yang sepengendali di negara dengan tarif pajak yang rendah, maka penekanan terhadap beban pajak akan dapat dilakukan.

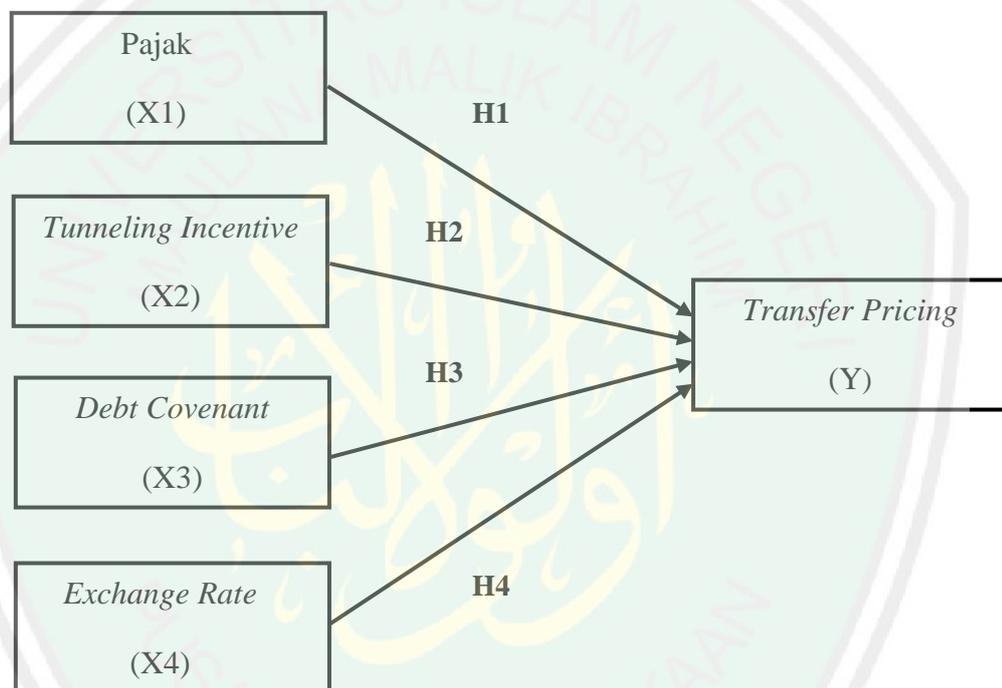
Pemegang saham minoritas di dalam perusahaan tidak jarang merasa dirugikan oleh keputusan yang diambil oleh pemegang saham mayoritas, dimana keputusan yang diambil tersebut hanya untuk mendukung kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas. Kegiatan pemegang saham mayoritas ini biasa disebut dengan istilah *tunneling incentive*, dimana biasa dilakukan dengan cara menjual asset perusahaan yang dikuasi kepada perusahaan yang dimiliki dengan harga dibawah harga pasar (*transfer pricing*).

Perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini, dan salah satu praktek perubahan laba tersebut adalah dengan *transfer pricing*.

Fluktuasi nilai tukar valuta menyebabkan 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 memkasimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini karena *exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan diatas, maka model kerangka konseptual yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber: data diolah penulis, 2017

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.5.1 Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Perusahaan seharusnya menggunakan prinsip harga wajar untuk mengurangi kewajiban pajak, tetapi perusahaan lebih banyak menggunakan *transfer pricing*.

Yuniasih *et al.* (2012) mengungkapkan bahwa beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban, sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Hartati (2014) bahwa besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara, maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Noviasatika (2016) menjelaskan bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan perusahaan manufaktur melakukan *transfer pricing* dengan cara melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang ada di luar batas negara. Perusahaan melakukan *transfer pricing* dalam perencanaan pajaknya guna meminimalkan pajak yang dibayar.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih *et al.* (2012), Pramana (2014), Hartati (2014) dan Noviasatika (2016) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diturunkan adalah sebagai berikut:

H1: Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

2.5.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Zhang, 2004 dalam Mutamimah, 2008). Yuniasih *et al.* (2012) mengatakan bahwa transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan public di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*. Mispuyanti (2016) mengatakan bahwa transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistik oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Adapun transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih *et al.* (2012), Marfiah dan Azizah (2014), Pramana (2014), Mispuyanti (2015) dan Noviasatika (2016) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diturunkan adalah sebagai berikut:

H2: *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

2.5.3 Pengaruh *Debt Covenant* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Semakin tinggi rasio hutang atau ekuitas perusahaan, semakin besar pula kemungkinan bagi manajer untuk memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk dapat menaikkan laba dan menghindari peraturan kredit adalah dengan *transfer pricing*. Hal ini dijelaskan dalam *the debt covenant hypothesis* bahwa makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke masa kini.

Pramana (2014) menemukan bahwa *debt covenant* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin tinggi batasan kredit semakin besar kemungkinan penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya. Manajer akan memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba sehingga dapat mengendurkan batasan kredit dan mengurangi biaya kesalahan teknis. Rosa (2017) menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan kesimpulan bahwa setiap satu persen kenaikan *debt covenant*, maka akan meningkatkan keputusan *transfer pricing* perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diturunkan adalah sebagai berikut:

H3: *Debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

2.5.4 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, namun karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah 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 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 dan Azizah, 2014). Andraeni (2017) menemukan hasil bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dijelaskan bahwa pihak agen (manajemen) cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak, dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan *transfer pricing*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diturunkan adalah sebagai berikut:

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Pendekatan penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena empiris yang disertai data statistik dan pola hubungan antar variabel yang merupakan analisis pengaruh.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur karena sebagian besar penanaman modal asing dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri. Sampel didapatkan dari populasi yang memenuhi kriteria tertentu. Sampel diartikan sebagai bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013).

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Pertimbangan yang ditentukan oleh peneliti dalam pengambilan sampel adalah tersedianya data yang dibutuhkan untuk diolah dalam penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016.
2. Perusahaan manufaktur selalu mempublikasikan laporan keuangan tahunan ke Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012–2016.
3. Perusahaan sampel dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih.
4. Perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode penelitian, yaitu selama tahun 2012–2016. Hal ini karena perusahaan yang mengalami kerugian tidak memiliki kewajiban untuk membayar pajak, sehingga tidak relevan dengan motivasi pajak yang dimunculkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perusahaan yang mengalami kerugian dikeluarkan dari sampel.
5. Perusahaan sampel harus memiliki kelengkapan data terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

Kriteria <i>Purposive Sampling</i>	Jumlah
1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016	143
2. Perusahaan manufaktur yang tidak selalu mempublikasikan laporan keuangan tahunan ke Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012–2016	(23)
3. Perusahaan sampel yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan kurang dari 20%	(68)
4. Perusahaan sampel yang mengalami kerugian selama periode 2012–2016	(23)
5. Perusahaan sampel yang tidak memiliki kelengkapan data terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(14)
Total Sampel yang Memenuhi Kriteria	15

Sumber: data sekunder dari www.idx.co.id yang diolah penulis, 2017

Berdasarkan pada tabel 3.1 di atas, diketahui bahwa perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian adalah sebanyak 15 perusahaan dengan total penerbitan *annual report* sebanyak 45 *annual report* mulai tahun 2012 hingga tahun 2016.

3.4 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016. Data sekunder diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id dan *website* resmi perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah kegiatan transaksi dengan pihak afiliasi, *effective tax rate*, persentase kepemilikan saham oleh perusahaan asing, DER (*Debt to Equity Ratio*) dan data laba/rugi selisih kurs.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menelaah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar dan bertahan selama tahun 2012–2016, yang memuat informasi sesuai dengan kebutuhan data yang digunakan dalam penelitian.

3.6 Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen disebut juga sebagai variabel bebas, dimana variabel tersebut dapat berdiri sendiri dan tidak terikat oleh variabel lainnya. Variabel ini mempengaruhi variabel dependen baik berpengaruh positif maupun negatif. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen, yaitu pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate*.

Instrumen pengukuran masing–masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1. Pajak (X1)

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang–Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dalam penelitian ini, pajak diprosikan dengan *effective tax rate*. *Effective tax rate* (ETR) merupakan sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR dinilai dari informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga ETR

merupakan bentuk perhitungan tarif pajak pada perusahaan (Noviastika *et al*, 2016). *Effective tax rate* merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *deffered tax expense* dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih *et al.*, 2012).

X1: *Effective tax rate*

2. *Tunneling Incentive* (X2)

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan. Dalam penelitian ini, *tunneling incentive* diproksikan dengan persentase kepemilikan saham sebesar 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih (Mispiyanti, 2015).

X2: Persentase kepemilikan saham asing 20% atau lebih

3. *Debt Covenant* (X3)

Kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*) merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur. Semakin dekat dengan pelanggaran akuntansi pada kesepakatan kontrak hutang, maka manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke masa kini. Dalam penelitian ini, *debt covenant* diproksikan dengan rasio

hutang menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*), yaitu perbandingan antara total hutang dengan modal saham (Pramana, 2014).

X3: DER (*Debt to Equity Ratio*)

4. *Exchange Rate* (X4)

Fluktuasi nilai tukar valuta menyebabkan 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. Hal ini karena *exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, *exchange rate* diproksikan dengan keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing. *Exchange rate* dihitung dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi penjualan sebelum pajak (Marfuah, 2014).

X4: Laba atau rugi transaksi dengan mata uang asing

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang digunakan oleh Yuniasih (2012). Dimana *transfer pricing* yang disimbolkan dengan (Y) diukur dengan menggunakan variabel *dummy*,

yang artinya nilai variabel tersebut terbatas pada 0 dan 1 saja. *Score* 0, jika perusahaan tidak melakukan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (pihak afiliasi) dan *Score* 1, jika perusahaan melakukan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (pihak afiliasi).

Y: Transaksi penjualan kepada pihak afiliasi



Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian Variabel	Instrumen Pengukuran	Hubungan dengan Variabel Y
Transfer Pricing (Y)	Perusahaan melakukan transaksi penjualan dengan pihak afiliasi	<i>Transfer pricing</i> diukur dengan menggunakan variabel <i>dummy</i> , disini perusahaan akan diberikan nilai 0 dan 1. Nilai 0, jika perusahaan tidak melakukan transaksi dengan pihak afiliasi. Dan nilai 1, jika perusahaan melakukan transaksi dengan pihak afiliasi.	<i>Transfer pricing</i> merupakan variabel independen atau variabel terikat atau variabel Y
Pajak (X1)	Pajak diprosikan dengan <i>effective tax rate</i>	<i>Effective tax rate</i> dapat diketahui dengan menggunakan rumus: $(tax\ expense -\ deffered\ tax\ expense) / pretax\ income$	Pajak merupakan motif yang banyak digunakan oleh perusahaan multinasional dalam melakukan <i>transfer pricing</i> . Yaitu dengan pengalihan aset atau kekayaan ke perusahaan yang dimilikinya yang berada di negara dengan tarif pajak rendah.
<i>Tunneling Incentive</i> (X2)	<i>Tunneling incentive</i> diprosikan dengan persentase kepemilikan saham sebesar 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia.	<i>Tunneling incentive</i> diukur dengan persentase seberapa besar perusahaan sampel dimiliki oleh perusahaan asing dengan tarif pajak yang lebih rendah dari Indonesia dengan batas kepemilikan saham 20% atau	<i>Tunneling incentive</i> juga merupakan salah satu motif dilakukannya <i>transfer pricing</i> . Yaitu demi mencapai tujuan pemilik saham pengendali salah satunya adalah dengan melakukan transfer aset.

		lebih.	
<i>Debt Covenant</i> (X3)	<i>Debt covenant</i> diukur dengan rasio hutang DER (<i>Debt to Equity Ratio</i>)	DER (<i>Debt to Equity Ratio</i>) = total liabilitas / total ekuitas	Semakin dekat perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang, manajer memiliki kecenderungan untuk melakukan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan <i>transfer pricing</i> .
<i>Exchange Rate</i> (X4)	<i>Exchange rate</i> diukur dengan keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing	Exchange rate = laba rugi selisih kurs / laba rugi sebelum pajak	Fluktuasi nilai tukar valuta menyebabkan perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (<i>exchange rate</i>) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui <i>transfer pricing</i> untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Sumber: data diolah penulis, 2017

3.7 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah menggunakan statistik yang dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 24. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data yang diperlukan dalam penelitian telah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013).

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Uji deskriptif yang digunakan, antara lain rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel, sehingga secara konstektual dapat lebih mudah dimengerti oleh pembaca (Pramana, 2014).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa sampel yang diteliti bebas dari gangguan multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas dan normalitas. Namun pada penelitian ini yang digunakan adalah hanya uji multikolinieritas, karena dalam regresi logistik sudah ada *goodness of fit test*.

3.7.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, maka uji ini hanya digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* diatas 0,1 atau nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2016).

3.7.3 Analisis Regresi Logistik

Teknik analisis regresi logistik (*Binary Logistic Regresion*) sebenarnya sama dengan analisis regresi berganda, hanya variabel terikatnya merupakan dummy variable (0 dan 1) (Esy, 2015). Teknik ini digunakan karena variabel terikat dalam penelitian ini, yaitu *transfer pricing* bersifat dikotomus atau merupakan variabel *dummy*. Teknik analisis ini tidak memerlukan lagi uji normalitas dan uji asumsi klasik pada variabel bebasnya (Ghozali, 2013). Namun masih memerlukan uji multikolinieritas untuk mengetahui besarnya korelasi antar variabel bebasnya.

3.7.3.1 Menilai Keseluruhan Model (*Overall Fit Test*)

Overall Model Fit Test dilakukan untuk menilai apakah model fit dengan data atau tidak. *Overall Model Fit Test* dilakukan dengan membandingkan nilai antara -2 Log Likelihood (-2 LogL) pada awal (*block number* = 0) dengan nilai -2 Log Likelihood

(-2 LogL) pada akhir (*block number* = 1). Adanya pengurangan nilai antara -2 LogL awal (*initial -2 LogL function*) dengan nilai -2 LogL pada langkah berikutnya (-2 LogL akhir) menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data (Ghozali, 2016).

3.7.3.2 Menilai Kelayakan Model Regresi (*Hosmer and Lemeshow Test*)

Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* $\leq 0,05$, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* $> 0,05$, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya (Ghozali, 2016).

3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Nagelkerke R^2 merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen. Nilai Nagelkerke R^2 bervariasi antara 1 dan 0. Semakin mendekati nilai 1 maka model dianggap semakin *goodness of fit* sementara semakin mendekati 0 maka model semakin tidak *goodness of fit* (Ghozali, 2016).

3.7.3.4 Matriks Klasifikasi

Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan auditor switching yang dilakukan oleh perusahaan (Nugraha, 2016).

3.7.3.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis akan diuji menggunakan taraf signifikansi atau tingkat *alpha* sebesar 5%. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* 5%, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari variabel independen terhadap variabel dependen begitu pula sebaliknya.

3.7.3.6 Persamaan Model Regresi Logistik

Model regresi logistik ditunjukkan dalam persamaan sebagai berikut (Pramana, 2014):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : *Transfer Pricing*

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X1 : Pajak

X2 : *Tunneling Incentive*

X3 : *Debt Covenant*

X4 : *Exchange Rate*

ε : Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Jumlah perusahaan yang bergerak di dalam sektor manufaktur yang listed di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 hingga tahun 2016 adalah sebanyak 143 perusahaan. Berdasarkan hasil teknik pengambilan sampel, yaitu dengan metode *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 15 perusahaan yang memenuhi kriteria, sehingga dianggap layak untuk dijadikan obyek penelitian. Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*) tahun 2012 hingga tahun 2016 yang berasal dari 15 perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian. Berikut adalah nama-nama perusahaan yang menjadi sampel penelitian:

Tabel 4.1
Daftar Kode dan Nama Perusahaan Sampel

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	TOTO	Surya Toto Indonesia
2	LION	Lion Metal Work
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia
4	ASII	Astra International
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora
6	KBLI	KMI Wire and Cable
7	CEKA	Cahaya Kalbar
8	DLTA	Delta Djakarta
9	SKLT	Sekar Laut
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur
11	MERK	Merck
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia
13	ADES	Akasha Wira International
14	TCID	Mandom Indonesia
15	UNVR	Unilever Indonesia

Sumber: data sekunder diolah penulis dengan teknik *purposive sampling*, 2017

Penelitian ini menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya indikasi kegiatan *transfer pricing* antar perusahaan multinasional. Dalam ruang lingkup operasional perusahaan multinasional, kita ketahui bahwa transfer pricing digunakan sebagai alat untuk memenuhi suatu tujuan perusahaan.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengolah data menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 24 dengan mengacu pada buku karangan Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt tahun 2016 edisi 8 yang berjudul “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23”.

Penelitian ini menjelaskan pengaruh empat variabel independen, yaitu pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* terhadap variabel dependen,

yaitu *transfer pricing* sehingga diperoleh empat hipotesis, yaitu hipotesis pertama menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hipotesis kedua menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dan hipotesis keempat menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah mengenai mean, maksimum, minimum dan standar deviasi. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif.

Tabel 4.2
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Pajak	75	-13,70	0,00	-62,22	-0,8296	1,85689
Tunneling Incentive	75	0,27	0,92	45,54	0,6072	0,20753
Debt Covenant	75	0,10	2,56	63,91	0,8521	0,67384
Exchange Rate	75	-4,66	0,61	-7,32	-0,0976	0,56136
Transfer Pricing	75	0	1	60	0,80	0,403

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil analisis deskriptif di atas dapat memberikan gambaran bahwa dari 75 sampel yang digunakan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa transaksi *transfer pricing* dilakukan oleh 80% perusahaan sampel atau dengan kata

lain terjadi pada 60 pengamatan. Hal ini berarti sebagian besar perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing*.

Variabel pajak menunjukkan nilai rata-rata sebesar -0,829. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pajak yang diproksikan dengan *effective tax rate* pada perusahaan sampel memiliki rata-rata sebesar -82,9%. Ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki beban pajak yang cukup tinggi dengan minimum sebesar -13,70 dan maksimum sebesar 0,00 serta standar deviasi sebesar 1,85689.

Variabel *tunneling incentive* memiliki rata-rata sebesar 0,607. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham oleh pihak asing pada perusahaan sampel adalah rata-rata sebesar 60,7%. Ini menunjukkan bahwa kepemilikan perusahaan cenderung terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak.

Adapun variabel *debt covenant* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,8521. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *debt covenant* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) pada perusahaan sampel memiliki rata-rata tingkat rasio hutang sebesar 85,2%. Ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki rasio hutang yang cukup tinggi dengan minimum sebesar 0,10 dan maksimum sebesar 2,56 serta standar deviasi sebesar 0,67384.

Variabel *exchange rate* memiliki rata-rata sebesar -0,0976. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *exchange rate* pada perusahaan sampel memiliki rata-rata sebesar -9,7%. Ini menunjukkan bahwa banyak terdapat kerugian pada laba atau rugi selisih kurs sehingga *exchange rate* tidak menjadi sorotan pokok dalam kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing*.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam regresi logistik, uji asumsi klasik yang diperlukan hanya uji multikolinieritas, karena dalam regresi logistik sudah ada *goodness of fit test*.

4.1.3.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel independen yang diteliti. Model regresi yang baik adalah tidak adanya gejala korelasi yang kuat antar variabel independennya. Model regresi yang bebas dari multikolinieritas mempunyai nilai *tolerance* $\geq 0,1$ atau nilai VIF ≤ 10 . Berikut ini merupakan tabel hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pajak	0,925	1,081	Non Multikolinieritas
Tunneling Incentive	0,908	1,102	Non Multikolinieritas
Debt Covenant	0,975	1,025	Non Multikolinieritas
Exchange Rate	0,993	1,007	Non Multikolinieritas

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel independen adalah variabel pajak sebesar 0,925; variabel *tunneling incentive* sebesar 0,908; variabel *debt covenant* sebesar 0,975; dan variabel *exchange rate* sebesar 0,993. Sedangkan nilai VIF dari masing-masing variabel independen adalah variabel pajak sebesar 1,081; variabel *tunneling incentive* sebesar 1,102; variabel *debt covenant* sebesar 1,025; dan variabel *exchange rate* sebesar 1,007.

Secara keseluruhan, hasil nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen tersebut. Hasil nilai VIF secara keseluruhan juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi atau dapat dikatakan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

4.1.4 Hasil Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh dari sejumlah variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat) atau juga untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen (terikat) yang berupa variabel kategorik berdasarkan nilai variabel-variabel independennya (variabel bebasnya) (Uyanto, 2009).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner, yaitu regresi logistik dimana variabel dependennya merupakan variabel dikotomi atau variabel biner. Dikatakan variabel dikotomi karena variabel dependen tersebut hanya memiliki dua kategori dan hanya memiliki rentang nilai antara 0 dan 1.

Berdasarkan teori diatas, variabel dependen (variabel Y) pada penelitian ini merupakan *transfer pricing*, dimana penilaian yang dilakukan terhadap sampel adalah berdasarkan dilakukannya penjualan kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (pihak afiliasi) atau tidak. Nilai 1 untuk perusahaan yang melakukan transaksi dengan pihak afiliasi dan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak melakukan transaksi dengan pihak afiliasi.

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

Penilaian keseluruhan model dilakukan untuk menilai apakah model fit dengan data atau tidak. Dalam teknik analisis regresi logistic adalah menggunakan *Overall Model Fit Test*.

Overall Model Fit Test dilakukan dengan membandingkan nilai antara -2 Log Likelihood (-2 LogL) pada awal (*block number* = 0) dengan nilai -2 Log Likelihood (-2 LogL) pada akhir (*block number* = 1). Adanya pengurangan nilai antara -2 LogL awal (*initial -2 LogL function*) dengan nilai -2 LogL pada langkah berikutnya (-2 LogL akhir) menunjukkan bahwa model yang dihipotesakan fit dengan data (Ghozali, 2016). Berikut ini merupakan tabel perbandingan -2 LogL awal (*block number* = 0) dengan -2 LogL akhir (*block number* = 1).

Tabel 4.4
Hasil *Overall Model Fit Test*

Perbandingan Nilai -2 LogL		Keterangan
-2 LogL awal (<i>block number</i> = 0)	75,060	Selisih Nilai -2 LogL = 56,929
-2 LogL akhir (<i>block number</i> = 1)	18,131	

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas dapat diketahui adanya perbandingan nilai antara -2 LogL awal (*block number* = 0) dengan -2 LogL akhir (*block number* = 1). Nilai -2 LogL awal adalah sebesar 75,060 sedangkan nilai -2 LogL akhir adalah sebesar 18,131. Perbandingan nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan nilai sebesar 56,929. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model fit dengan data.

4.1.4.2 Menilai Kelayakan Model Regresi (*Hosmer and Lemeshow Test*)

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test*. Penilaian kelayakan model regresi dilakukan agar hasil yang didapatkan dapat digunakan.

Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* $\leq 0,05$, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai *Statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* $> 0,05$, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya (Ghozali, 2016). Berikut ini merupakan tabel hasil *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test*.

Tabel 4.5
Hasil *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test*

Chi-square	Sig.	Keterangan
1,823	0,969	Hipotesis Nol Diterima

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test* di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *statistics Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit* adalah *chi square* sebesar 1,823 dengan probabilitas signifikansi 0,969 yang nilainya lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima yang berarti model fit

dengan data. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya karena model fit dengan data.

4.1.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Nagelkerke R^2 merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen. Nilai Nagelkerke R^2 bervariasi antara 1 dan 0. Semakin mendekati nilai 1 maka model dianggap semakin *goodness of fit* sementara semakin mendekati 0 maka model semakin tidak *goodness of fit* (Ghozali, 2016). Berikut ini merupakan tabel hasil untuk melihat koefisien determinasi.

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
0,532	0,841

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas dapat diketahui bahwa nilai Nagelkerke R^2 menunjukkan hasil sebesar 0,841 yang berarti bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

4.1.4.4 Hasil Matriks Klasifikasi

Matriks klasifikasi akan menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksikan kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dalam output regresi logistik, nilai matriks klasifikasi dapat dilihat pada *classification table*. Berikut ini merupakan tabel hasil *classification table*.

Tabel 4.7
Hasil Matriks Klasifikasi

Observed	Predicted		Percentage Correct
	TM	M	
TM	13	2	86,7
M	1	59	98,3
Overall Percentage			96,0

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas dapat diketahui bahwa tingkat prediksi 98,3% perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing* (M) dan 86,7% tidak melakukan transaksi *transfer pricing* (TM). Secara keseluruhan model dengan variabel independen pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* ini dapat diprediksi sebesar 96,0% perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing*.

Kesimpulan dari tabel hasil di atas adalah kemampuan prediksi dari model regresi menyatakan bahwa kemungkinan perusahaan sampel melakukan transaksi *transfer pricing* adalah sebesar 98,3%, yaitu diprediksi dalam 59 dari total 60 pengamatan perusahaan sampel. Berikutnya terdapat perusahaan yang diprediksi tidak melakukan transaksi *transfer pricing*, yaitu 13 dari total 15 pengamatan perusahaan sampel.

4.1.4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan uji kelayakan pada model penelitian, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis akan diuji menggunakan taraf signifikansi atau tingkat *alpha* sebesar 5% atau dengan kata lain taraf kepercayaan sebesar 95%. Peneliti menggunakan taraf signifikansi atau tingkat *alpha* sebesar 5% (0,05) dilatarbelakangi oleh jenis data yang dijadikan obyek penelitian berupa laporan keuangan, dimana banyak terdapat faktor-

faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi tingkat kestabilan angka-angka yang disajikan dalam laporan keuangan. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* 5% (0,05), maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil pengujian empat hipotesis yang diajukan:

1) Pengujian Hipotesis Pertama: Pengaruh Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian hipotesis pertama yang diajukan:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Variabel	Koefisien B	Sig.	Keterangan
Pajak	3,557	0,028	Berpengaruh

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas menunjukkan bahwa variabel pajak memiliki koefisien regresi positif sebesar 3,557 dengan nilai signifikansi sebesar 0,028 yang lebih kecil dari *alpha* 5% (0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yang diajukan yaitu pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, maka hipotesis pertama (H1) diterima.

2) Pengujian Hipotesis Kedua: Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian hipotesis kedua yang diajukan:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Variabel	Koefisien B	Sig.	Keterangan
Tunneling Incentive	13,803	0,016	Berpengaruh

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* memiliki koefisien regresi positif sebesar 13,803 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 yang lebih kecil dari *alpha* 5% (0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Hal ini sesuai dengan hipotesis kedua yang diajukan yaitu *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, maka hipotesis kedua (H2) diterima.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga: Pengaruh *Debt Covenant* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian hipotesis ketiga yang diajukan:

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Variabel	Koefisien B	Sig.	Keterangan
Debt Covenant	2,441	0,021	Berpengaruh

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas menunjukkan bahwa variabel *debt covenant* memiliki koefisien regresi positif sebesar 2,441 dengan nilai signifikansi sebesar

0,021 yang lebih kecil dari *alpha* 5% (0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa *debt covenant* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Hal ini sesuai dengan hipotesis ketiga yang diajukan yaitu *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, maka hipotesis ketiga (H3) diterima.

4) Pengujian Hipotesis Keempat: Pengaruh *Exchange Rate* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian hipotesis keempat yang diajukan:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Hipotesis Keempat

Variabel	Koefisien B	Sig.	Keterangan
Exchange Rate	-1,896	0,722	Tidak Berpengaruh

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Berdasarkan tabel hasil di atas menunjukkan bahwa variabel *exchange rate* memiliki koefisien regresi negatif sebesar -1,896 dengan nilai signifikansi sebesar 0,722 yang lebih besar dari *alpha* 5% (0,05). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis keempat yang diajukan yaitu *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, maka hipotesis keempat (H4) ditolak.

4.1.4.6 Hasil Persamaan Model Regresi

Berikut ini merupakan tabel hasil uji koefisien regresi logistik:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik

Variabel	Koefisien B	Sig.
Pajak	3,557	0,028
Tunneling Incentive	13,803	0,016
Debt Covenant	2,441	0,021
Exchange Rate	-1,896	0,722
Constant	-0.552	0,576

Sumber: Output data sekunder yang diolah penulis dengan program IBM SPSS Statistics 24, 2017

Dari tabel hasil uji koefisien regresi logistik di atas menghasilkan model persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$Y = -0,552 + 3,557 X_1 + 13,803 X_2 + 2,441 X_3 - 1,896 X_4 + \varepsilon$$

Hasil persamaan regresi logistik di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai dari koefisien variabel konstanta sebesar -0,552 bertanda negatif dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,576 (lebih besar dari 0,05) menyatakan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel independen tidak akan memberikan dampak pada variabel dependen. Artinya dengan adanya penambahan variabel independen berupa pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate*, maka akan meningkatkan kegiatan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian. Keempat variabel independen tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing* secara berama-sama.

2. Nilai koefisien variabel X1 sebesar 3,557 bertanda positif dan signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,028 (lebih kecil dari 0,05) menyatakan bahwa peningkatan variabel X1, yaitu pajak akan memberikan dampak positif pada variabel dependen, yaitu *transfer pricing*. Artinya pajak memberikan dampak yang sangat jelas bagi berlangsungnya transaksi *transfer pricing*, dimana motif dilakukannya transaksi tersebut adalah untuk berbagai macam kepentingan, salah satunya untuk menghindari tarif pajak yang terlalu tinggi, sehingga perusahaan yang melakukan transaksi tersebut cenderung menanggung beban pajak yang lebih rendah dari yang seharusnya.
3. Nilai koefisien variabel X2 sebesar 13,803 bertanda positif dan signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 (lebih kecil dari 0,05) menyatakan bahwa peningkatan variabel X2, yaitu *tunneling incentive* akan memberikan dampak positif pada variabel dependen, yaitu *transfer pricing*. Artinya transaksi *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan akan mengakibatkan adanya *tunneling* di dalam perusahaan yang melakukan transaksi tersebut. Dimana dengan melakukan transaksi tersebut akan mengakibatkan kerugian bagi pemilik saham minoritas atau non pengendali. Hal ini karena pemilik saham pengendali menginginkan keuntungan yang lebih besar dengan melakukan *tunneling* terhadap perusahaan dengan pemilik saham minoritas dengan cara melakukan *transfer pricing*.
4. Nilai koefisien variabel X3 sebesar 2,441 bertanda positif dan signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 (lebih kecil dari 0,05) menyatakan bahwa peningkatan variabel X3, yaitu *debt covenant* akan memberikan dampak positif terhadap variabel dependen, yaitu *transfer pricing*. Artinya *debt covenant* memberikan dampak yang sangat jelas pada berlangsungnya transaksi *transfer*

pricing perusahaan. Dalam hal ini, semakin tinggi rasio hutang perusahaan akan semakin dekat perusahaan dengan batas perjanjian kredit, sehingga manajer akan memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba, karena dengan begitu dapat mengendurkan batasan perjanjian kredit. Salah satu metode akuntansi yang digunakan perusahaan untuk menaikkan laba adalah cenderung memilih kebijakan akuntansi untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

5. Nilai koefisien variabel X4 sebesar -1,896 bertanda negative dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,722 (lebih besar dari 0,05) menyatakan bahwa peningkatan variabel X4, yaitu *exchange rate* tidak memberikan pengaruh yang nyata pada berlangsungnya transaksi *transfer pricing*. Artinya besar-kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* atau tidak.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel pajak memiliki koefisien regresi positif sebesar 3,557 dan nilai signifikansi sebesar 0,028 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil ini konsisten dengan hipotesis yang diajukan, sehingga dapat dibenarkan adanya transaksi *transfer pricing* merupakan salah satu upaya perusahaan-perusahaan multinasional guna memperkecil tarif pajak yang terlalu tinggi atau bahkan menghindar dari pengenaan tarif pajak perusahaan. Dengan

kata lain, semakin besar tarif pajak yang ditetapkan oleh suatu negara, maka semakin meningkat pula persentase dilakukannya transaksi *transfer pricing* oleh perusahaan multinasional. Transaksi *transfer pricing* dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan sepengendali yang berada di negara dengan tarif pajak yang rendah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kurniawan (2015), *Transfer pricing* (penentuan harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* tersebut sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya istilah *transfer pricing* seringkali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu grup.

Penelitian ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2014) yang menemukan hasil bahwa pajak berpengaruh signifikan pada keputusan *transfer pricing* dengan kesimpulan bahwa besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara, maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Penelitian lain oleh Noviaastika (2016) juga menemukan hasil bahwa variabel pajak berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada

perusahaan manufaktur, dimana dijelaskan bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan perusahaan manufaktur melakukan *transfer pricing* dengan cara melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang ada di luar batas negara. Perusahaan melakukan *transfer pricing* dalam perencanaan pajaknya guna meminimalkan pajak yang dibayar.

4.2.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel *tunneling incentive* memiliki koefisien regresi positif sebesar 13,803 dan nilai signifikansi sebesar 0,016 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil ini konsisten dengan hipotesis yang diajukan, dimana dengan kepemilikan saham asing rata-rata sebesar 60,7% artinya bahwa perusahaan sampel rata-rata merupakan perusahaan multinasional yang pemegang sahamnya mayoritas terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak. Perusahaan dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak atau satu kepentingan cenderung akan terjadi *tunneling* didalamnya.

Tunneling muncul dalam dua bentuk. Pertama, peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan untuk kepentingannya sendiri melalui transaksi hubungan istimewa yang diatur sedemikian rupa. Transaksi tersebut mencakup penjualan aset dan kontrak penjualan seperti *transfer pricing* yang hanya menguntungkan pemegang saham pengendali dan eksploitasi peluang-peluang yang ada pada perusahaan. Kedua, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan porsi sahamnya tanpa memberikan kontribusi asset apapun bagi

perusahaan melalui isu-isu saham dilutive, pembatasan terhadap pemegang saham non-pengendali, atau transaksi lainnya yang merugikan kelompok non-pengendali (Johnson, 2000).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana dijelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki asing akan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang tidak wajar guna kepentingan pemegang saham pengendali itu sendiri.

Penelitian lain yang juga mendukung hasil penelitian ini dilakukan oleh Marfuah (2014) yang menemukan hasil bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan, dimana diperoleh kesimpulan bahwa semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive*, maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

4.2.3 Pengaruh *Debt Covenant* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *debt covenant* memiliki koefisien regresi positif sebesar 2,441 dan nilai signifikansi sebesar 0,021 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil ini konsisten dengan hipotesis yang diajukan, dimana dengan tingkat *debt to equity ratio* (DER) sebesar 85,2% artinya bahwa perusahaan sampel rata-rata memiliki rasio hutang yang cukup tinggi. Semakin tinggi rasio hutang perusahaan, maka cenderung

meningkatkan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Dimana *transfer pricing* merupakan salah satu metode akuntansi yang dapat menaikkan laba, karena dengan kenaikan laba perusahaan dapat mengendurkan batas perjanjian kredit.

Penelitian ini sesuai dengan hipotesis kontrak hutang (*the debt covenant hypothesis*) dalam teori akuntansi positif yang menyatakan bahwa semua hal lain dalam keadaan tetap, makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan hutang, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke masa kini. Dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan *transfer pricing*.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Pramana (2014) yang menemukan hasil bahwa *debt covenant* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi rasio hutang perusahaan akan semakin dekat perusahaan dengan batas perjanjian kredit, sehingga manajer akan memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba, karena dengan begitu dapat mengendurkan batasan perjanjian kredit. Salah satu metode akuntansi yang digunakan perusahaan untuk menaikkan laba adalah cenderung memilih kebijakan akuntansi untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

Penelitian lain yang juga mendukung penelitian ini dilakukan oleh Rosa (2017) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan kesimpulan bahwa setiap satu persen kenaikan *debt covenant*, maka akan meningkatkan keputusan *transfer pricing* perusahaan.

4.2.4 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *exchange rate* memiliki koefisien regresi negatif sebesar -1,896 dan nilai signifikansi sebesar 0,722 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil ini tidak konsisten dengan hipotesis yang diajukan. Hasil analisis menunjukkan rata-rata tingkat *exchange rate* perusahaan sampel sebesar -9,7% artinya bahwa banyak dari perusahaan sampel yang mengalami kerugian atas selisih kurs. Dengan demikian, adanya perubahan nilai tukar tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Marfuah (2014) yang menemukan hasil bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dengan kesimpulan bahwa besar-kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan apakah perusahaan akan memilih untuk melakukan *transfer pricing* atau memilih untuk tidak melakukan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan. Hal ini kemungkinan disebabkan karena dalam laporan keuangan sampel perusahaan, banyak terdapat kerugian pada laba atau rugi selisih kurs sehingga *exchange rate* tidak menjadi sorotan pokok dalam kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing*.

Penelitian lain yang juga mendukung penelitian ini dilakukan oleh Ardiyanti (2017) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *exchange rate* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Perubahan nilai tukar tidak mempengaruhi keputusan para direksi untuk melakukan *transfer pricing* karena

banyak dari perusahaan sampel yang mengalami rugi atas selisih kurs pada kegiatan operasi mereka. Dengan adanya kerugian tersebut, perusahaan memandang bahwa adanya perubahan nilai tukar tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan salah satunya dikarenakan oleh melemahnya mata uang domestik. Melemahnya mata uang domestik membuat perusahaan merugi dalam transaksi dengan pihak asing yang menggunakan kurs, seperti misalnya untuk mendapatkan sejumlah bahan baku dengan jumlah yang sama pada harga dollar yang sama memerlukan jumlah rupiah yang lebih banyak akibat dari pelemahan nilai rupiah terhadap dollar.

Bertolakbelakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Andraeni (2017) yang menemukan hasil bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dijelaskan bahwa pihak agen (manajemen) cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak, dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan *transfer pricing*.

4.3 Kajian Keislaman

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh bahwa variabel pajak, *tunneling incentive* dan *debt covenant* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *transfer pricing*. Artinya bahwa setiap kenaikan satu persen dari variabel pajak, *tunneling incentive* dan *debt covenant* akan meningkatkan satu persen keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Achmadiyah (2013) menyatakan bahwa dalam perspektif islam, jalannya transaksi *transfer pricing* secara umum dapat dikategorikan ke dalam transaksi jual beli (*al-bay'*). Jika dicermati dengan rukun dan syarat jual beli, transaksi *transfer pricing* tergolong transaksi jual beli yang sah.

Pajak yang menjadi salah satu motivasi terjadinya transaksi *transfer pricing*, dilakukan dengan cara mengalihkan keuntungan perusahaan cabang yang berada di negara bertarif pajak rendah. Cara mengalihkan keuntungan diantaranya dengan merekayasa harga penjualan dan atau harga pembelian menjadi lebih rendah atau lebih tinggi daripada harga pasar. Transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing* dalam menaik-turunkan harga baik pada harga penjualan (ekspor) dan harga pembelian (impor) tergolong perbuatan zalim, karena telah merugikan pemerintah (Achmadiyah, 2013). Sebagaimana ayat Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90 yang menerangkan tentang perintah untuk menjauhi perbuatan zalim dan arogansi dalam kehidupan.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ .

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”.

Dijelaskan pula dalam Tafsir Ibnu Katsir yang menyatakan “Allah Ta’ala memberitahukan bahwa Dia memerintahkan hamba-hambaNya untuk berbuat adil,

yakni mengambil sikap tengah dan penuh keseimbangan, serta menganjurkan untuk berbuat kebaikan”.

Tunneling incentive merupakan kegiatan mengambil keputusan atau kebijakan oleh pemegang saham mayoritas dimana kebijakan tersebut diambil guna mencapai tujuan yang menguntungkan pribadi pemilik saham mayoritas dengan cara mengesampingkan kepentingan pemilik saham minoritas yang menimbulkan kerugian bagi pemilik saham minoritas. Keuntungan yang didapatkan oleh pemilik saham mayoritas dikategorikan sebagai keuntungan yang bathil karena cara mendapatkannya adalah dengan cara mengorbankan keuntungan pemilik saham minoritas sehingga menyebabkan kerugian bagi pemilik saham minoritas itu sendiri (Achmadiyah, 2013). Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا .

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini menerangkan tentang larangan memakan harta secara batil. Dasar yang menjelaskan mengenai larangan untuk melakukan kegiatan *tunneling incentive*. Dijelaskan pula dalam Tafsir Ibnu Katsir yang menyatakan “Allah melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar’i seperti riba, judi

dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada lahiriyahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i, tetapi diketahui oleh Allah jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba”.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Transfer pricing* merupakan suatu transaksi penjualan maupun pembelian dengan penetapan harga jual khusus yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau biasa disebut dengan perusahaan afiliasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
2. Variabel pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa pajak menjadi salah satu motivasi perusahaan manufaktur untuk melakukan transaksi *transfer pricing*. Dimana transaksi *transfer pricing* dilakukan dengan cara mengalihkan kekayaan perusahaan kepada perusahaan afiliasi yang berada di luar batas negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah, sehingga perusahaan akan menanggung beban pajak yang lebih rendah dari seharusnya.
3. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan kepemilikan saham terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak cenderung terjadi *tunneling* di dalamnya. Hal ini karena pemilik saham

- pengendali menginginkan keuntungan yang lebih besar dengan melakukan *tunneling* terhadap perusahaan dengan pemilik saham minoritas dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dimana dengan melakukan transaksi tersebut akan mengakibatkan kerugian bagi pemilik saham minoritas.
4. Variabel *debt covenant* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* bahwa semakin tinggi rasio hutang perusahaan, maka akan semakin dekat perusahaan dengan batas perjanjian kredit, sehingga manajer akan memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba. Salah satu metode akuntansi yang digunakan perusahaan adalah cenderung memilih kebijakan akuntansi untuk melakukan *transfer pricing*.
 5. Variabel *exchange rate* menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan nilai tukar tidak menjadi pertimbangan perusahaan untuk melakukan transaksi *transfer pricing*. Dimana hal tersebut ditunjukkan oleh banyaknya perusahaan yang mengalami kerugian atas selisih kurs pada kegiatan operasi mereka.

5.2 Keterbatasan

Setelah melakukan analisis dan mengetahui interpretasi hasil, maka peneliti menemukan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Informasi yang disajikan berdasarkan pemilihan indikator yang terbatas pada ketersediaan informasi yang ada pada *annual report*. Namun informasi yang

disajikan di dalam *annual report* terkadang terlalu minim, sehingga dalam mencari informasi masih terdapat subjektifitas guna menentukan nilai yang dibutuhkan.

- b. Teori yang berkaitan dengan *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate* masih terlalu minim, sehingga masih terdapat kesulitan bagi penulis untuk menentukan teori yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mendukung hasil dari penelitian ini.
- c. Nilai R-Square menunjukkan hasil sebesar 0,841 atau 84,1% yang berarti masih terdapat 15,9% variabel lain di luar penelitian yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai upaya dalam perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

- a. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terfokus pada perusahaan manufaktur secara umum tanpa mengklasifikasikan secara khusus antar sektor industri yang meliputi sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan membandingkan antar sektor industri dalam perusahaan manufaktur, sehingga akan diperoleh hasil yang lebih rinci dan berbeda di setiap sektor, karena setiap sektor industri mempunyai karakteristik yang berbeda.
- b. Menambahkan variabel penelitian lain yang dapat mempengaruhi adanya transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan R-Square penelitian. Salah satunya adalah biaya politik, dimana berdasarkan hipotesis biaya politik yang menyatakan bahwa

semua hal lain dalam keadaan tetap, makin besar biaya politik yang harus ditanggung oleh perusahaan, manajer cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang menyerah pada laba yang dilaporkan dari masa sekarang menuju masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan

Achmadiyah, R. 2013. *Transaksi Rekayasa Pajak pada Transfer Pricing Menurut Hukum Islam*. *Jurnal Maliyah*, Vol. 3 No. 2

Aisyah, N. E. 2015. *Statistik Inferensial Parametrik*. Malang: Universitas Negeri Malang

Andraeni, S. Sefty. 2017. *Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Ardiyanti, Deni. 2017. *Pengaruh Mekanisme Bonus, Tax Minimization, Exchange Rate dan Multinationality*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Bernard, A. B., J. B. Jensen, and P. K. Scott. 2006. *Transfer Pricing by US-Base Multinational Firms*. NBER Working Paper No. 12493. August 2006

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

-----, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hansen, Don R. dan Mowen, Maryanne M. 2005. *Akuntansi Manajemen, Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat

Hartati, W. dan Azlina, D. 2014. *Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. SNA 17 Mataram. Universitas Mataram. September 2014

Johnson, S., Rafael L. P., Florencio, L. S. dan Andrei, S. 2000. *Tunneling*. *American Economic Review Paper and Proceedings*, 90:22-27

Kurniawan, M. A. 2015. *Buku Pintar Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak*. Yogyakarta: Andi

La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, and R. W. Vishny. 2000. *Investor Production and Corporate Governance*. *Journal of Financial Economic*, 3-27

- Lo, W, Y. A., Raymond. M. K. W., and Michael F. 2010. *Tax, Financial Reprting and Tunneling Incentive for Income Shifting: An Emperical Analysis of Transfer Pricing Behavior oh Chinese-Listed Companies*. Journal of the American Taxation Association, Vol. 32 No. 2: 1-26
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan, Edisi Terbaru 2016*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Marfuah., Azizah, A. Puren Noor. 2014. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan*. JAAI, Vol. 18 No. 2
- Mispiyanti. 2015. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing*. Jurnal Akuntansi dan Investasi, Vol. 16 No. 1
- Mutamimah. 2008. *Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia*. Manajemen dan Bisnis, Vol. 7 No. 1
- Noviastika, F. D., Y. Mayowan, dan 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 (Studi pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan dengan Perusahaan Asing)*. Jurnal Perpajakan (JEJAK), Vol. 8 No. 1
- Nugraha, A. Kusuma. 2016. *Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Nugroho, D. A. 2012. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Debt Covenant, Tingkat Kesulitan Keuangan Perusahaan dan Risiko Litigasi terhadap Konservatisme Akuntansi*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Pradana, T. A. 2014. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Kompensasi Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti Tegal
- Pramana, A. H. 2014. *Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive dan Debt Covenant terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Rosa, R., Andini, R. dan Raharjo, K. 2017. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant dan Good Corporate Gorvenance (GCG)*

terhadap Transaksi Transfer Pricing. Jurnal Universitas Pandanaran Semarang

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Uyanto, Stanislaus S. 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wafiroh, Novi Lailiyul. 2015. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013*. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Yuniasih, N. W. dan Wirakusuma, R. 2012. *Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal dan Prosiding SNA-Simposium Nasional Akuntansi

http://www.academia.edu/7031834/HARGA_TRANSFER. Diakses pada tanggal 16 Februari 2017, pukul 12:25

<http://www.transferpricing.web.id/Transfer%20Pricing%20dalam%20Peraturan%20Perpajakan%20Indonesia.html>. Diakses pada tanggal 17 Februari 2017, pukul 20:32

<http://www.sahamok.com/perusahaan-manufaktur-di-bei/>. Diakses pada tanggal 27 November 2016, pukul 20:00

<http://www.idx.co.id>. Diakses pada 27 November 2016, pukul 21:10

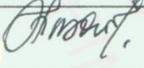
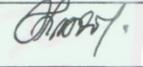
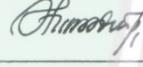
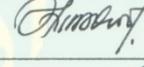
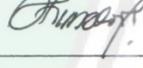
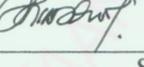
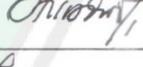
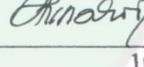
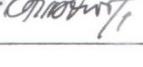
<http://bisnis.liputan6.com/read/2469089/2000-perusahaan-asing-gelapkan-pajak-selama-10-tahun>. Diakses pada 15 Mei 2017, pukul 00:09

https://www.academia.edu/18679561/earning_management_dan_transfer_pricing. Diakses pada 15 Mei 2017, pukul 10:16

LAMPIRAN

BUKTI KONSULTASI

Nama : Alfin Ni'maturosyiddah
NIM/Jurusan : 13520063/Akuntansi
Pembimbing : Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA
Judul Skripsi : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Debt Covenant* dan *Exchange Rate* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	03 Desember 2016	Pengajuan Outline	1. 
2.	06 Februari 2017	Acc Judul	2. 
3.	12 Maret 2017	Proposal	3. 
4.	27 Maret 2017	Revisi & Acc Proposal	4. 
5.	04 Mei 2017	Seminar Proposal	5. 
6.	15 Mei 2017	Acc Proposal	6. 
7.	26 Oktober 2017	Skripsi Bab I-V	7. 
8.	27 Desember 2017	Revisi & Acc Skripsi	8. 
9.	03 Januari 2017	Ujian Skripsi	9. 
10.	08 Januari 2017	Acc Keseluruhan	10. 

Malang, 08 Januari 2018
Mengetahui:
Ketua Jurusan Akuntansi



Hj. Nanik Wahyuni, SE., MSi., Ak., CA
NIP 19720322200801 2 005

Data Transfer Pricing pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTO	Surya Toto Indonesia	1	1	1	1	1
2	LION	Lion Metal Work	1	1	0	1	1
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	1	1	1	1	1
4	ASII	Astra International	0	1	1	1	1
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora	0	0	1	0	0
6	KBLI	KMI Wire and Cable	0	1	0	1	1
7	CEKA	Cahaya Kalbar	1	1	1	1	1
8	DLTA	Delta Djakarta	1	1	1	1	1
9	SKLT	Sekar Laut	1	1	1	1	1
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur	1	1	0	1	1
11	MERK	Merck	1	1	1	1	1
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia	0	0	1	0	0
13	ADES	Akasha Wira International	1	1	1	1	1
14	TCID	Mandom Indonesia	1	1	1	1	1
15	UNVR	Unilever Indonesia	1	1	1	1	1

Data Pajak pada Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTO	Surya Toto Indonesia	-0.461	-0.401	-0.333	-0.386	-0.606
2	LION	Lion Metal Work	-0.225	-0.329	-0.303	-0.301	-0.339
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	-0.307	-0.402	-0.390	-0.339	-0.285
4	ASII	Astra International	-0.252	-0.262	-0.313	-0.423	-0.333
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora	-6.640	-4.578	-13.698	-3.585	-1.285
6	KBLI	KMI Wire and Cable	-0.403	-0.483	-0.378	-0.310	-0.250
7	CEKA	Cahaya Kalbar	-0.432	-0.305	-0.360	-0.342	-0.299
8	DLTA	Delta Djakarta	-0.372	-0.341	-0.324	-0.328	-0.336
9	SKLT	Sekar Laut	-0.560	-0.544	-0.535	-0.430	-0.310
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur	-0.363	-0.359	-0.335	-0.391	-0.439
11	MERK	Merck	-0.337	-0.335	-0.348	-0.329	-0.335
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia	-0.001	-0.089	-0.286	-0.409	-0.144
13	ADES	Akasha Wira International	-0.414	-0.387	-0.354	-0.071	-0.336
14	TCID	Mandom Indonesia	-0.143	-0.772	-0.382	-0.365	-0.369
15	UNVR	Unilever Indonesia	-0.348	-0.327	-0.326	-0.326	-0.339

Data Tunneling Incentive Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTO	Surya Toto Indonesia	0.395	0.395	0.395	0.395	0.379
2	LION	Lion Metal Work	0.289	0.577	0.577	0.577	0.577
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	0.306	0.575	0.578	0.578	0.510
4	ASII	Astra International	0.501	0.501	0.501	0.501	0.501
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora	0.359	0.359	0.359	0.359	0.359
6	KBLI	KMI Wire and Cable	0.497	0.497	0.307	0.488	0.498
7	CEKA	Cahaya Kalbar	0.870	0.870	0.870	0.870	0.870
8	DLTA	Delta Djakarta	0.583	0.583	0.583	0.583	0.583
9	SKLT	Sekar Laut	0.268	0.268	0.268	0.268	0.268
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur	0.740	0.780	0.740	0.740	0.740
11	MERK	Merck	0.910	0.910	0.910	0.910	0.910
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia	0.919	0.919	0.919	0.919	0.915
13	ADES	Akasha Wira International	0.608	0.608	0.608	0.608	0.608
14	TCID	Mandom Indonesia	0.602	0.602	0.602	0.602	0.602
15	UNVR	Unilever Indonesia	0.850	0.850	0.850	0.850	0.850

Data Debt Covenant Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTO	Surya Toto Indonesia	0.695	0.794	0.832	0.636	0.694
2	LION	Lion Metal Work	0.166	0.252	0.421	0.406	0.457
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	1.301	1.844	2.225	1.969	1.117
4	ASII	Astra International	1.029	1.015	0.964	0.940	0.872
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora	0.580	0.897	0.819	0.895	0.487
6	KBLI	KMI Wire and Cable	0.375	0.561	0.447	0.510	0.416
7	CEKA	Cahaya Kalbar	1.218	1.025	1.389	1.322	0.606
8	DLTA	Delta Djakarta	0.246	0.297	0.312	0.222	0.183
9	SKLT	Sekar Laut	0.929	1.162	1.454	1.478	1.454
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur	0.366	0.361	0.294	0.355	0.277
11	MERK	Merck	0.221	0.214	0.245	0.311	0.351
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia	0.861	0.666	0.707	0.989	0.100
13	ADES	Akasha Wira International	0.150	0.239	0.444	0.214	0.225
14	TCID	Mandom Indonesia	0.356	0.468	0.735	0.595	0.497
15	UNVR	Unilever Indonesia	2.051	2.137	0.678	2.259	2.560

Data Exchange Rate Perusahaan Sampel Tahun 2012-2016

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTO	Surya Toto Indonesia	-0.013	-0.037	-0.002	-0.021	0.007
2	LION	Lion Metal Work	0.025	0.151	0.027	0.181	-0.054
3	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	0.018	-0.353	-0.141	-0.687	0.004
4	ASII	Astra International	-0.008	-0.027	-4.657	-0.015	-0.007
5	UNIT	Nusantara Inti Corpora	-0.144	-0.159	-0.274	0.606	0.144
6	KBLI	KMI Wire and Cable	-0.073	-0.578	-0.115	0.028	0.003
7	CEKA	Cahaya Kalbar	-0.171	-0.649	-0.311	-0.203	-0.004
8	DLTA	Delta Djakarta	-0.002	-0.013	0.000	-0.002	-0.003
9	SKLT	Sekar Laut	0.008	-0.017	0.004	0.019	-0.009
10	WIIM	Wismilak Inti Makmur	-0.002	-0.002	-0.004	-0.006	-0.006
11	MERK	Merck	0.004	0.045	0.028	0.024	-0.007
12	SQBI and SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia	0.046	0.241	-0.029	0.160	0.017
13	ADES	Akasha Wira International	-0.008	0.014	0.018	0.003	-0.016
14	TCID	Mandom Indonesia	0.012	-0.286	0.016	-0.067	0.006
15	UNVR	Unilever Indonesia	0.000	-0.001	0.000	0.000	0.001

Output Analisis Data Sekunder dengan Program IBM SPSS Statistics 24

ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Pajak	75	-13.70	.00	-62.22	-.8296	1.85689
Tunneling Incentive	75	.27	.92	45.54	.6072	.20753
Debt Covenant	75	.10	2.56	63.91	.8521	.67384
Exchange Rate	75	-4.66	.61	-7.32	-.0976	.56136
Transfer Pricing	75	0	1	60	.80	.403
Valid N (listwise)	75					

UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.556	.125		4.463	.000		
	Pajak	.093	.018	.428	5.017	.000	.925	1.081
	Tunneling Incentive	.748	.167	.386	4.482	.000	.908	1.102
	Debt Covenant	-.167	.050	-.280	-3.371	.001	.975	1.025
	Exchange Rate	-.089	.059	-.124	-1.508	.136	.993	1.007

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

MENILAI KESELURUHAN MODEL (OVERALL MODEL FIT TEST)**Iteration History^{a,b,c}**

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	75.492	1.200
	2	75.061	1.377
	3	75.060	1.386
	4	75.060	1.386

- a. Constant is included in the model.
 b. Initial -2 Log Likelihood: 75.060
 c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R	Nagelkerke R
		Square	Square
1	18.131 ^a	.532	.841

- a. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than .001.

MENILAI KELAYAKAN MODEL REGRESI (HOSMER AND LEMESHOW TEST)**Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1.823	7	.969

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R	Nagelkerke R
		Square	Square
1	18.131 ^a	.532	.841

a. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than .001.

MATRIKS KLASIFIKASI

Classification Table^a

Observed	Predicted	Transfer Pricing		Percentage Correct	
		Tidak Melakukan	Melakukan		
Step 1	Transfer Pricing	Tidak Melakukan	13	2	86.7
		Melakukan	1	59	98.3
Overall Percentage					96.0

UJI KOEFISIEN REGRESI LOGISTIK

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a Pajak	3.557	1.623	4.806	1	.028	35.068
Tunneling Incentive	13.803	5.750	5.762	1	.016	988059.613
Debt Covenant	2.441	1.054	5.364	1	.021	.087
Exchange Rate	-1.896	5.333	.126	1	.722	.150
Constant	-.552	2.314	.057	1	.811	.576

a. Variable(s) entered on step 1: Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate.

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Alfin Ni'maturosyiddah
Tempat, tanggal lahir : Nganjuk, 28 Mei 1995
Alamat Asal : Ds. Gandu RT 003/RW 001, Kec. Bagor, Kab. Nganjuk
Telepon/Hp : 085746644244
E-mail : alfin.dharma1406@gmail.com
Facebook : Alfin Nima
Instagram : @alfnma

Pendidikan Formal

2001-2007 : SD Negeri Gandu
2007-2010 : SMP Negeri 5 Nganjuk
2010-2013 : SMA Negeri 1 Berbek
2013-2017 : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2013-2014 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki Malang
2015 : *English Language Center* (ELC) UIN Maliki Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Kegiatan Pemantapan Spiritual Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta Pelatihan Manasik Haji Ma'had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta Seminar "Independensi OJK dalam Lalu-Lintas Jasa Keuangan di Indonesia" Tahun 2013
- Peserta Seminar "Peran dan Fungsi Bank Sentral: Dari Masa Rasulullah Sampai Kini" Tahun 2014
- Peserta Seminar "Membangun Kesadaran Berekonomi Syariah" Tahun 2014

- Peserta Seminar “Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrual Bagi Sistem Akuntansi Pemerintahan di Indonesia” Tahun 2015
- Peserta Pelatihan Program Akuntansi MYOB Tahun 2016
- Peserta Seminar “Workshop Penguatan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa” Tahun 2016
- Peserta *International Conference on Islamic Economics and Business* (ICONIES 2016)
- Peserta *On The Job Training* di The Balava Hotel Malang Tahun 2016

Malang, 08 Januari 2018

Alfin Ni'maturosyiddah

