

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Transfer pricing* merupakan harga jual khusus yang dikenakan pada suatu barang pada saat melakukan transaksi penjualan maupun pembelian dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau biasa disebut dengan perusahaan afiliasi. Dimana transaksi ini dilakukan adalah untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
2. Variabel pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing*, dimana transaksi *transfer pricing* dilakukan dengan perusahaan afiliasi yang berada diluar batas negara dengan tarif pajak rendah guna mengalihkan kekayaan perusahaan yang berada di Indonesia sehingga nantinya pajak yang akan dibayarkan di Indonesia akan menjadi lebih kecil dari yang seharusnya dibayarkan.
3. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing*, dimana perusahaan dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak cenderung terjadi *tunneling* didalamnya. Artinya salah satu tujuan dilakukannya

transaksi *transfer pricing* adalah untuk melakukan *tunneling* kepada pemilik saham minoritas yang mengakibatkan kerugian bagi pihak mereka. Dan yang perlu diingat adalah bahwa kerugian bagi perusahaan yang di *tunnel* ini adalah terjadinya penurunan kinerja keuangan.

4. Variabel mekanisme bonus menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, artinya mekanisme bonus tidak memberikan pengaruh atau dampak terhadap terjadinya transaksi *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan jika hanya karena motif ingin mendapatkan bonus direksi berani melakukan transaksi *transfer pricing* guna memberikan kenaikan laba sementara untuk perusahaan maka hal ini sangat tidak etis mengingat terdapat kepentingan yang jauh lebih besar lagi yaitu menjaga nilai perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah dengan menyajikan laporan keuangan yang lebih mendekati kenyataan dan dapat digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan yang lebih penting bagi perusahaan kedepannya.

5.2 Keterbatasan

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

- a. Informasi yang disajikan

Pemilihan indikator hanya didasarkan pada ketersediaan informasi yang ada pada *annual report*, namun kadang informasi yang disajikan didalam

annual report terlalu minim sehingga didalam mencari informasi masih terdapat subjektifitas dalam menentukan nilai yang dibutuhkan.

- b. Teori yang berkaitan dengan *transfer pricing* dan mekanisme bonus masih terlalu minim, sehingga penulis masih terdapat kesulitan untuk menentukan teori yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mendukung hasil penelitian ini.
- c. Nilai *R-Square* didalam penelitian ini masih relative kecil yaitu 0,459 yang menunjukkan bahwa variabel pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus hanya mampu mempengaruhi transaksi *transfer pricing* sebesar 45,9%, artinya masih terdapat variabel lain diluar penelitian sebesar 54,1% yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti.

5.3 Saran

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

- a. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini hanya terfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada jenis industry lain. Untuk enelitian selanjutnya disarankan memperbesar sampel penelitian tidak hanya terbatas pada perusahaan manufaktur saja, tapi juga pada perusahaan yang berjalan di sector pertambangan, perkebunan, keuangan, dan sector lainnya.

- b. Menambahkan variabel penelitian lain yang dapat mempengaruhi adanya transaksi *transfer pricing*, sehingga dapat meningkatkan *R-Square* penelitian. Salah satunya adalah tarif, dimana tariff yang lebih tinggi akan meningkatkan *gap* antara harga wajar dengan hubungan istimewa. Perusahaan menggunakan harga yang lebih rendah ketika melakukan ekspor kepada perusahaan dengan tarif impor yang tinggi (Bernard *et al*, 2006).

