

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE* DAN MEKANISME BONUS  
TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*  
(Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia Tahun 2013-2016)**

*THE INFLUENCE FACTORS OF TAX, TUNNELING INCENTIVE AND BONUS MECHANISM  
ON TRANSFER PRICING DECISION  
(The Case Study on a Consumer Goods Industry Sector Companies Listed on The Indonesian  
Stock Exchange During 2013-2016)*

**Siti Jasmine Dwi Santosa<sup>1</sup>, Leny Suzan, S.E.,M.Si<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup> [sitijasmineds@gmail.com](mailto:sitijasmineds@gmail.com) , <sup>2</sup> [lenysuzan@telkomuniversity.ac.id](mailto:lenysuzan@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak.** *Transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga dari transaksi antar anggota divisi dalam satu perusahaan maupun antar anggota divisi antar dua perusahaan baik didalam negeri maupun diluar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Keputusan *transfer pricing* dalam penelitian ini menggunakan indikator *dummy*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dan diperoleh 25 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data laporan keuangan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik dengan menggunakan software SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan secara parsial pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

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

**Abstract.** *Transfer pricing* is a company policy in determining the price of transactions between members of the division within a company or between members of the division within two companies both domestically and abroad. This study aims to examine the influence factors of tax, tunneling incentive and bonus mechanism on transfer pricing decision. Transfer pricing decision in this study using dummy indicators. The population in this study are the consumer goods industry sector companies listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) with the 2013-2016 study period. Sample selection technique used is purposive sampling and acquired 25 companies. The data used in this study was obtained from financial statement data. Methods of data analysis in this research is logistic regression analysis using SPSS software version 22. The results showed that simultaneous tax, tunneling incentive and bonus mechanism have a significant effect on transfer pricing decision. While partially, tax and tunneling incentive is have a significant positive effect on transfer pricing decision and bonus mechanism have no effect on transfer pricing decision.

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

## A. PENDAHULUAN

Pada dasarnya sektor industri barang konsumsi dapat dianggap merupakan sektor industri yang paling aman dan menjanjikan. Dengan produk-produk yang selalu dipenuhi permintaan dan dikuasai oleh permintaan domestik yang cukup tinggi. Sebagaimana berita yang dilansir oleh CNN Indonesia bulan Januari lalu mengenai sektor industri barang konsumsi bahwa indeks sektor barang konsumsi di awal tahun 2017 tersebut berhasil menjadi indeks sektor saham terkuat pada awal pekan di bulan Januari dengan kenaikan indeks harga saham sebesar 3,02%. Saham-saham pada sektor industri barang konsumsi tetap menjadi pilihan karena sektor industri barang konsumsi masih memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan dengan sektor lain. Secara fundamental, saham-saham sektor industri barang konsumsi juga mendapat dukungan positif. Salah satunya dari inovasi produk-produk baru yang dikeluarkan oleh emiten pada sektor industri barang konsumsi sehingga dapat meningkatkan kinerja fundamentalnya.

Adanya pandangan bahwa investor akan berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik membuat peneliti menyimpulkan berdasarkan fenomena pada paragraf diatas bahwa dengan banyaknya investor yang berinvestasi menandakan banyaknya juga perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, kesimpulan tersebut dapat berhubungan dengan tingkat keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, dimana saat perusahaan memiliki kinerja yang baik maka perusahaan tersebut pasti memiliki tingkat laba yang tinggi dan tingkat laba yang tinggi menandakan bahwa beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan pun semakin tinggi, hal ini dapat memicu perusahaan akan melakukan keputusan *transfer pricing* untuk perencanaan tahun kedepannya. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan juga dapat menghindari beban pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*.

Keputusan *transfer pricing* perusahaan dapat dilihat dari hubungan istimewa antar perusahaan atau dapat disebut *tunneling incentive*. Pemegang saham pengendali melakukan kegiatan *tunneling* bertujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anggota atau anak perusahaan dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya.

Mekanisme bonus menurut Hartati<sup>[1]</sup> merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Dengan adanya praktik *transfer pricing*, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Mengingat pemberian mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba maka adalah logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan membuat perencanaan untuk memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dan remunerasinya di tahun mendatang.

## B. Landasan Teori

### *Transfer Pricing*

*Transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing*, terutama *international transfer pricing*, dapat menimbulkan permasalahan apabila digunakan untuk kepentingan penghindaran pajak. Dengan *international transfer pricing*, perusahaan-perusahaan yang berada pada

negara yang berbeda dapat mengatur harga transfer sedemikian rupa sehingga perusahaan yang berada di negara yang tarif pajaknya rendah mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya, sedangkan perusahaan di negara yang tarif pajaknya lebih tinggi mendapatkan keuntungan yang serendah-rendahnya (Ikatan Akuntan Indonesia, 2013).

*Transfer pricing* dihitung dengan pendekatan dikotomi, yaitu dengan melihat transaksi penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa akan diberi nilai 1 dan yang tidak akan diberi 0

## Pajak

Menurut UU Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan pajak adalah: Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Waluyo<sup>[2]</sup> yaitu Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Salah satu cara untuk mengukur seberapa baik sebuah perusahaan mengelola pajaknya adalah dengan melihat tarif pajak efektifnya. Tarif pajak efektif atau *effective tax rate* (ETR) pada dasarnya adalah sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan.

Penghitungan ETR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ETR = \frac{(Tax Expense - Differed Tax Expense)}{Laba Kena Pajak} \times 100\%$$

## Tunneling Incentive

Menurut (Noviastika, Mayowan dan Karjo)<sup>[3]</sup> *Tunneling* merupakan istilah awal yang digunakan untuk menggambarkan kondisi pengambilan aset suatu pemegang saham non pengendali di Republik Ceko melalui pengalihan aset dan keuntungan demi kepentingan pemegang saham pengendali.

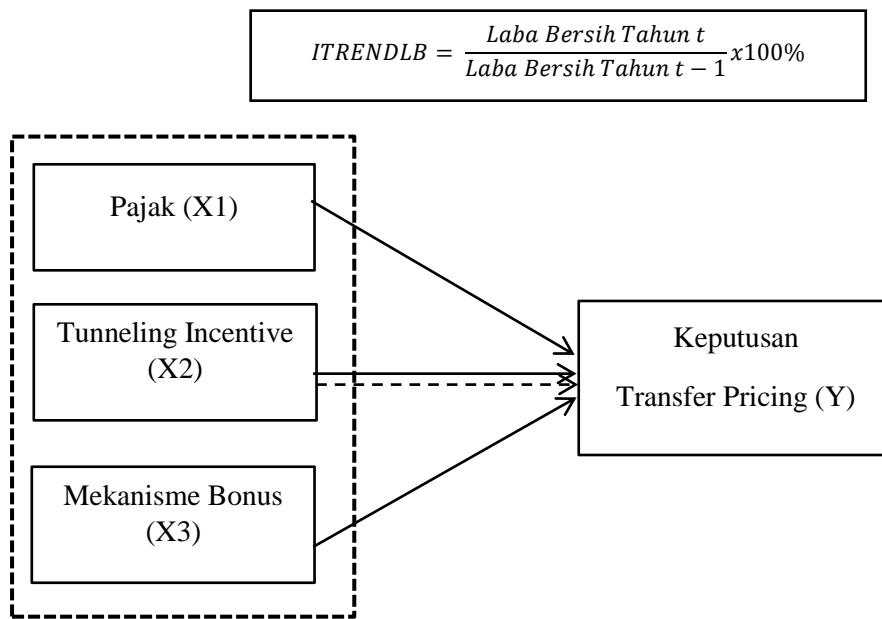
Pengukuran variabel *tunneling incentive* didasarkan pada besarnya kepemilikan saham yang melebihi 20% (dua puluh persen). Entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung (contohnya melalui entitas anak) apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15.

## Mekanisme Bonus

Menurut Hartati<sup>[1]</sup> mekanisme bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Refgia<sup>[4]</sup> bahwa tantiem/bonus merupakan penghargaan yang diberikan RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer diperusahaan dapat melakukan perekrutasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh bonus yang maksimal.

Indikator untuk menghitung variabel mekanisme bonus yaitu menggunakan Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) untuk mengetahui perbedaan laba bersih antar tahun.



**Gambar 1 Model Kerangka Penelitian**

Keterangan :

- > : Berpengaruh secara parsial  
 - - - - -> : Berpengaruh secara simultan

### C. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016, perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut di tahun 2013-2016 dan perusahaan sampel tidak mengalami kerugian untuk periode pengamatan. Terdapat 25 perusahaan sampel yang memenuhi kriteria.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi logistik dengan persamaan sebagai berikut:

$$TP = \alpha + \beta_1 P + \beta_2 TI + \beta_3 MB + \varepsilon$$

Keterangan

TP : *Transfer Pricing*, (variabel *dummy*, kategori 0= tidak melakukan transaksi penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan 1= melakukan transaksi penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa).

$\alpha$  : Konstanta.

$\beta_1$  : Koefisien Regresi variabel pajak.

P : Variabel pajak diproksikan dengan ETR.

$\beta_2$ , : Koefisien Regresi variabel *tunneling incentive*.

TI : Variabel *tunneling incentive* diproksikan dengan persentase pemegang saham di atas 20%.

$\beta_3$  : Koefisien Regresi variabel mekanisme bonus.

MB : Variabel mekanisme bonus diproksikan dengan indeks trend laba bersih.

$\varepsilon$  : *Error*.

#### D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing*.

##### Analisis Statistik Deskriptif

Berikut adalah analisis statistik deskriptif:

**Tabel 1 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif**

	Pajak (X <sub>1</sub> )	Tunneling Incentive (X <sub>2</sub> )	Mekanisme Bonus (X <sub>3</sub> )
<i>N</i>	100	100	100
<i>Min</i>	0.0658	0.2074	0.2976
<i>Max</i>	0.4612	0.9818	4.5868
<i>Mean</i>	0.2596	0.6100	1.2041
<i>Std. Deviasi</i>	0.0073	0.0008	0.2118

Dari hasil pengujian statistik deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa pada variabel Y keputusan *transfer pricing* dan variabel X<sub>1</sub> (Pajak), X<sub>2</sub> (*Tunneling Incentive*) dan X<sub>3</sub> (Mekanisme Bonus) nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya sehingga data tersebut tidak bervariasi atau berkelompok.

#### Pengujian Regresi

##### 1) Menilai Kelayakan Model Regresi (*Goodness Of Fit Test Statistic*)

Langkah pertama yang dilakukan adalah menilai kelayakan model regresi. Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow* dengan memperhatikan nilai *Goodness of fit* yang diukur dengan nilai *Chi-square*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika probabilitas (sig) lebih besar dari 0.05 maka H<sub>0</sub> diterima atau tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Sehingga model regresi logistik ini layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Tetapi jika probabilitas (sig) kurang dari 0.05 maka H<sub>0</sub> ditolak atau ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Sehingga model regresi logistik ini tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 2 Hosmer and Lemeshow Test**

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	Df	Sig.
1	7.606	8	.473

Sumber: Hasil output SPSS 22 (2017)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 2 diperoleh nilai *Chi-Square* sebesar 7.606 dengan nilai Signifikan sebesar 0.473. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Signifikan tersebut lebih besar daripada nilai  $\alpha$  (0,05), hal itu berarti hipotesis nol diterima dan model regresi logistik yang digunakan cocok dengan data observasinya sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

##### 2) Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Langkah kedua dalam analisis regresi logistik adalah menilai keseluruhan model yang dilakukan dengan uji rasio kemungkinan (*Likelihood ratio test*). Untuk menilai keseluruhan model (*Overall model fit*) ditunjukkan dengan *Log Likelihood Value* (nilai  $-2\text{Log Likelihood}$ ), yaitu dengan membandingkan antara nilai  $-2\text{Log Likelihood}$  awal (*Block Number 0*) dengan -

*2Log Likelihood* akhir (*Block Number 1*). Apabila *-2Log Likelihood* awal (*Block Number 0*) memiliki nilai yang lebih besar dari pada *-2Log Likelihood* akhir (*Block Number 1*) artinya menunjukkan model regresi yang baik, Santoso (2014:219)<sup>[5]</sup>.

**Tabel 3 Overall Model Fit**

**Overall Model Fit**

<i>Block Number</i>	<i>-2 log likelihood</i>
0	138.629
1	111.722

Sumber: Hasil output SPSS 22 (2017)

Tabel menunjukkan nilai *-2 LogL* pada langkah awal (*block number = 0*), dimana model hanya memasukan nilai konstanta adalah sebesar 138.629. Sementara nilai *-2 LogL* pada langkah selanjutnya (*block number = 1*), dimana model memasukan konstanta dan variabel independen menunjukkan nilai 111.722. Hal ini menunjukkan penurunan nilai *-2 LogL* pada langkah awal dan *-2 LogL* pada langkah selanjutnya sebesar 9,047. Nilai *-2 LogL* pada regresi logistik mirip dengan pengertian "*Sum of Square Error*" pada model regresi. Sehingga penurunan nilai *-2 LogL* menunjukkan model regresi yang semakin baik.

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4 Model Summary**

**Tabel Model Summary**

Step	<i>-2 Log likelihood</i>	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	111.722a	,236	,315

Sumber: Hasil output Spss 22 (2017)

Berdasarkan tabel 4 hasil pengujian koefisien determinasi dengan menggunakan regresi logistik menghasilkan nilai *Cox and Snell R Square* sebesar 0,236 dan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,315. Nilai *Nagelkerke R Square* yang sebesar 0,315 atau 31,5% menunjukkan bahwa variabel independen yang berupa pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing* sebesar 31,5% sementara sisanya 68,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

### 4) Pengujian Simultan (*Omnibus Test of Model Coefficients*)

**Tabel 5 Omnibus Tests of Model Coefficients**

**Omnibus Tests of Model Coefficients**

	Chi-square	df	Sig.
Step 1 Step	26.907	3	.000
Block	26.907	3	.000
Model	26.907	3	.000

Sumber: Hasil output Spss 22 (2017)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai *Chi-Square* yang diperoleh sebesar 26.907 dengan *Degree of freedom* sebesar 3. Tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah 0,000 atau sebesar 0%. Dengan demikian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa nilai  $H_{0,1}$  ditolak atau hipotesis  $H_{a,1}$  diterima yang berarti bahwa secara simultan variabel independen yang berupa pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing*.

### 5) Menilai Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus secara Parsial terhadap Keputusan *Transfer Pricing*.

**Tabel 6 Variables in the Equation**  
**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Step 1 <sup>a</sup>								
Pajak	8.430	4.163	4.102	1	.043	4584.536	1.312	16015473.043
Tunneling Incentive	4.329	.993	18.999	1	.000	75.844	10.829	531.198
Mekanisme Bonus	.791	.503	2.474	1	.116	2.206	.823	5.913
Constant	-5.809	1.689	11.835	1	.001	.003		

a. Variable(s) entered on step 1: X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>.

Sumber: Hasil output Spss 22 (2017)

1. Variabel pajak yang diukur dengan *effective tax rate* (ETR) (X<sub>1</sub>) memiliki nilai *sig* 0,043 < 0,05, sesuai dengan hipotesis maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* secara parsial.
2. Variabel *tunneling incentive* yang diukur dengan persentase kepemilikan saham diatas 20% (X<sub>2</sub>) memiliki nilai *sig* 0,000 < 0,05, sesuai dengan hipotesis maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* secara parsial.
3. Variabel mekanisme bonus yang diukur dengan indeks trend laba bersih (X<sub>3</sub>) memiliki nilai *sig* 0,116 > 0,05, tidak sesuai dengan hipotesis maka H<sub>0</sub> diterima yang berarti mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* secara parsial.

Dari pengujian persamaan regresi tersebut, maka diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$TP = -5,809 + 8,430 P + 4,329 TI + 0,791 MB + \varepsilon$$

### 6) Pajak Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil uji regresi logistik pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel pajak memiliki nilai sebesar 8,430 dengan nilai signifikansi sebesar 0,043. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pajak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* karena memiliki nilai signifikansi yang lebih rendah dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka H<sub>01</sub> ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hartati (2014)<sup>[1]</sup> yang mengemukakan 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 dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Sehingga semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik transfer pricing maka akan semakin tinggi perusahaan mengecilkan beban pajaknya. Tidak hanya Hartati, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Yuniasih dkk (2012)<sup>[6]</sup> dan Refgia (2017)<sup>[4]</sup> yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### 7) *Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil uji regresi logistik pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel aktivitas memiliki nilai sebesar 4,329 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa aktivitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan transfer pricing karena memiliki nilai signifikansi yang lebih rendah dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka H02 ditolak. Dengan melihat persentase kepemilikan saham asing menurut penelitian saraswati (2017)<sup>[5]</sup> bahwa entitas yang kepemilikannya terpusat pada satu pihak cenderung akan melakukan *tunneling* melalui transaksi *transfer pricing*. Apabila pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar dalam suatu perusahaan, maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri dari pada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan saham maka semakin memicu terjadinya *transfer pricing*.

### 8) *Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil uji regresi logistik pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel aktivitas memiliki nilai sebesar 0,791 dengan nilai signifikansi sebesar 0,116. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing karena memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka H03 diterima. Berdasarkan hasil nilai indeks trend laba bersih yang tinggi malah menunjukkan dari setiap laba di tahun sebelumnya dan pada penelitian yang peneliti lakukan indeks trend laba bersih cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (*earnings management*) dan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus..

## E. Kesimpulan

- a. Berdasarkan hasil pengujian regresi logistik dapat diketahui bahwa secara simultan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dan besaran pengaruh dari ketiga variabel tersebut sebesar 31,5% terhadap variabel dependen yaitu keputusan transfer pricing pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.
- b. Pengujian secara parsial yaitu masing-masing variabel terhadap profitabilitas adalah sebagai berikut:
  - a) Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
  - b) *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
  - c) Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016. Hal ini disebabkan karena Berdasarkan hasil penelitian nilai indeks



trend laba bersih yang tinggi malah menunjukkan dari setiap laba di tahun sebelumnya dan pada penelitian yang peneliti lakukan indeks trend laba bersih cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (earnings management) dan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus.

#### Daftar Pustaka:

- [1] Hartati. 2014. Manajemen keuangan teori, dan aplikasi. Yogyakarta
- [2] Waluyo. 2014. *Perpajakan Indonesia (Buku 1 Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Noviasatika, Mayowan dan Karjo. (2010). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Nusantara Consulting.
- [4] Refgia, Thesa. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan *Tunneling incentive* Terhadap *Transfer pricing* (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017*.
- [5] Saraswati, Gusti Ayu Rai. Sujana, I Ketut. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan *Tunneling incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer pricing*. *ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.19.2. Mei (2017): 1000-1029*.
- [6] Yuniasih, Ni Wayan. Rasmini, Ketut. Wirakusuma, Made Gede. Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal. Universitas Udayana*.