

ANALISIS DETERMINASI KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa
Efek Indonesia Tahun 2014-2016)

Khaeri Yanti Dwi Astuti
Yulianti

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang (USM)

Diterima: Juli 2017. Disetujui: Oktober 2017. Dipublikasikan: Januari 2018

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tax minimization, incentive tunneling, bonus mechanism and exchange rate to transfer pricing decisions. Dependent in this research is transfer pricing which is proxied by sales with related party. Independent variables in this study are tax minimization, incentive tunneling, bonus mechanism and exchange rate.

This study uses secondary data that is analyzed and obtained from the financial statements or annual reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2016. Using purposive sampling method, the samples collected in this research are 25 companies in 2014-2016 and in this research using logistic regression analysis method.

The result of hypothesis testing of this research indicate that variable tax minimization, incentive tunneling, exchange rate influence to transfer pricing decision but bonus mechanism show that variable have no effect to transfer pricing decision.

Keyword: *Transfer Pricing, Tax Minimization, Tunneling Incentive, bonus mechanism and Exchange Rate*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh minimisasi pajak, insentive tunneling, mekanisme bonus dan nilai tukar untuk mentransfer keputusan penetapan harga. Yang tergantung dalam penelitian ini adalah transfer pricing yang diproksikan dengan penjualan dengan pihak terkait. Variabel independen dalam penelitian ini adalah minimisasi pajak, incentive tunneling, mekanisme bonus dan nilai tukar.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang dianalisis dan diperoleh dari laporan keuangan atau laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Dengan menggunakan metode purposive sampling, sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 25 perusahaan pada tahun 2014-2016 dan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logistik.

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel minimisasi pajak, incentive tunneling, pengaruh nilai tukar terhadap keputusan transfer pricing tetapi mekanisme bonus menunjukkan bahwa variabel tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

Kata kunci: Harga Transfer, Minimalisasi Pajak, Insentif Tunneling, mekanisme bonus dan Nilai Tukar

PENDAHULUAN

Transfer pricing merupakan isu yang sensitif dalam dunia bisnis maupun ekonomi secara global, terutama dalam perpajakan. Aktivitas dari *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan multinasional akan mempengaruhi tingkat penerimaan negara dari sisi pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. *Transfer pricing* dilakukan dengan menentukan jumlah penghasilan yang didapat masing-masing perusahaan dan penerimaan pajak penghasilan di negara pengekspor maupun pengimpor (Noviastika F, Mayowan, & Karjo, 2016).

Dalam Peraturan mengenai *transfer pricing* telah tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yaitu pada pasal 18. Aturan mengenai

transfer pricing mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan 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.

Beberapa alasan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* salah satunya yaitu alasan pajak. Tujuan dilakukan *transfer pricing* yaitu untuk mengakali jumlah laba perusahaan sehingga pajak yang dibayar dan dividen yang dibagikan menjadi rendah (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2013).

Menurut santoso (2004) dalam (Marfuah & Azizah, 2014) pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Tujuan utama perencanaan pajak

multinasional adalah meminimalkan beban pajak seluruh dunia bagi perusahaan. Pajak memiliki dampak besar terhadap laba bersih dan arus kas perusahaan melalui perusahaan melalui pengaruhnya terhadap keputusan investasi asing, struktur modal, penentuan biaya modal, dan sebagainya. Sehingga hal ini membuktikan bahwa motivasi pajak memiliki peran tinggi dalam mempengaruhi keputusan melakukan *transfer pricing*.

Melalui praktik *transfer pricing*, *tax minimization* dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan serta biaya suatu perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa kepada perusahaan dinegara lain yang tarif pajaknya berbeda (hartanti, 2015). Penelitian Rahayu (2010) dalam (Hartati, Winda. dkk, 2015) menemukan bahwa modus *transfer pricing* dilakukan dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa yang bertujuan untuk meminimalkan pajak terutang secara keseluruhan.

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* yaitu dengan *tunneling incentive*. *Tunneling* adalah pemindahan sumber daya dari dalam perusahaan ke pemegang saham pengendali. Pemindahan sumber daya dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melalui *transfer pricing*. Johnson, 2000 dalam (Noviastika F, Mayowan, & Karjo, 2016)

Menurut Gilson dan Gordon (2003) dalam Marfuah (2014) mengidentifikasi dua kemungkinan cara yang dapat dilakukan pemegang saham untuk mendapatkan manfaat privat atas kontrol kebijakan perusahaan yaitu melalui kebijakan operasional perusahaan dan kebijakan kontraktual dengan pihak lain. Menurut Johnson et al (2009) dalam (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015) tunneling dapat dilakukan dengan cara menjual produk kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, dengan harga yang lebih rendah.

Selanjutnya Keputusan untuk melakukan *Transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Menurut Purwanti (2010) dalam (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015) Bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada

anggota Direksi apabila laba perusahaan memperoleh laba.

Menurut Pujiningsih (2011) dalam (Wafiroh & Hapsari, 2015) Sistem pemberian kompensasi bonus memberikan pengaruh terhadap kinerja manajemen. Dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25% karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendali perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang.

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-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. terhadap keputusan transfer pricing perusahaan (Marfuah & Azizah, 2014).

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015) yaitu pertama untuk variabel pada penelitian Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015) variabel yang digunakan ialah *Tax minimization*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Sedangkan penelitian ini menambahkan variabel *Exchange rate* sesuai saran yang diberikan oleh Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015) untuk menambahkan variabel lain. Kedua untuk Perpanjangan periode, periode penelitian Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015) adalah 2012, maka sesuai saran Hartati, Desmiyawati dan Julita (2015) penelitian ini memperpanjang

periode menjadi 2014 sampai dengan 2016 agar dapat mewakili populasi yang digeneralisasi.

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah *Tax minimization, tunneling incentive* mekanisme bonus dan *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh *Tax minimization, tunneling incentive* mekanisme bonus dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori keagenan

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 mempekerjakan orang atau pihak lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Manajemen diberikan sebagian kekuasaan untuk membuat keputusan bagi kepentingan terbaik pemegang saham. Oleh karena itu Manajemen wajib mempertanggungjawabkan semua upayanya kepada pemegang saham (Jensen dan Meckling,

1976 (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2013))

2.2. Pajak

Menurut S. I. Djajadiningrat pajak sebagai kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang di sebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum (Resmi, 2003).

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 ayat (1) : 8 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.

2.3. Tunneling incentive

Tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015).

Tunneling incentive muncul dalam dua bentuk, yaitu: yang pertama, pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan ke dirinya sendiri melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan penjualan aset, kontrak harga transfer kompensasi eksekutif yang berlebihan, pemberian pinjaman, dan lainnya. Bentuk kedua adalah pemegang saham pengendali dapat meningkatkan bagiannya atas perusahaan tanpa memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutif atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non-pengendali (Johnson, 2000 dalam (Noviastika F, Mayowan, & Karjo, 2016)).

2.4. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (Refgia, 2017).

Menurut Suryatiningsih, *et al.* (2009) dalam (Wafiroh & Hapsari, 2015) skema bonus direksi 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 setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba. Skema bonus direksi dapat diartikan sebagai pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja direksi itu sendiri. Prestasi kerja yang dilakukan dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara objektif.

2.5. Exchange rate

Nilai tukar dapat diartikan sebagai perbandingan antara negara harga mata uang suatu negara dengan harga mata uang negara lainnya. Nilai tukar antar mata uang disebut dengan nilai kurs, nilai kurs merupakan harga satuan dalam negeri atau dengan kata harga suatu mata uang apabila ditukrkan dengan mata uang lainnya. Menurut Hanafi (2010) dalam (Mulyani, 2014) mengatakan bahwa harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) mata uang tersebut

2.6. Transfer pricing

Transfer pricing adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi. Dari sudut pandang ekonomi, Menurut Gunadi

(1994) dalam (Mispiyanti, 2015) *transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan (transfer) barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis maupun finansial.. Dari sudut perpajakan menurut Lyons (1996) *transfer pricing* didefinisikan sebagai harga yang dibebankan oleh suatu perusahaan atas barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa (Kurniawan, 2011).

2.7. Tax minimization berpengaruh terhadap Keputusan Transfer Pricing

Menurut Yani (2001), motivasi pajak dalam *transfer pricing* pada perusahaan multinasional dilaksanakan dengan cara memindahkan penghasilan ke negara dengan beban pajak terendah, dimana negara tersebut memiliki grup perusahaan atau divisi perusahaan yang beroperasi. Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba.

Yuniasih *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah salah satunya untuk menekan beban pajak yang semakin besar. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban pajak tersebut.. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Tax minimization berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

2.8. Tunneling Incentive berpengaruh terhadap Keputusan transfer pricing

Marfuah (2014) mengatakan bahwa Pemegang saham melakukan kegiatan tunneling bertujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anggota atau anak perusahaan dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban nantinya dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan

tunneling semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan semakin meningkat.

Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut. Sehingga, Jian dan Wong (2003) menyatakan ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan mereka atau melakukan *tunneling* dibandingkan membagikannya sebagai deviden.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2015), dan Mispiyanti (2015) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

2.9. Mekanisme bonus dan Keputusan Transfer Pricing

Scott (2006) menyatakan bahwa motivasi bonus dapat mendorong manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggeser laba dari periode yang akan datang ke periode saat ini. Hal ini juga didukung oleh Healy (1985) yang menemukan bahwa manajer perusahaan dengan mekanisme bonus berbasis laba bersih secara sistematis mengadopsi kebijakan akrual untuk memaksimalkan ekspektasi mereka.

Hartati *et al.* (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*.

Dalam penelitian Winda Hartati dkk. (2015) menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh dan Hapsari (2015) serta Mispiyanti (2015) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

H₃: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

2.10. Exchange Rate dan Keputusan Transfer Pricing

Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Marfuah dkk. (2014) mengatakan karena perbedaan mata uang 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. Sedangkan, arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Canri Chan, Landry, dan Terrace (2003) serta Marfuah dan Andi Pooren Nur Azizah (2013) terdapat perbedaan signifikansi mengenai pengaruh *exchange rate* sehingga perlu diuji kembali. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Exchange rate berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

3. METODE PENELITIAN Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan (Sugiyono, 2015:93). Adapun sampel dalam penelitian ini, dipilih dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menggunakan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016.
- 2) Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tahunan dalam satu jenis mata uang yaitu rupiah.
- 3) Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan lengkap selama 2014-2016
- 4) Perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan.
- 5) Perusahaan sampel dikendalikan oleh perusahaan asing dengan presentase kepemilikan 20% atau lebih.
- 6) Perusahaan sampel mempunyai data laba/rugi selisih kurs

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Tax minimization*, *tunneling incentive* mekanisme bonus dan *exchange rate*.

Tax Minimization

Tax minimization merupakan strategi untuk meminimalkan beban pajak terutang melalui tindakan transfer biaya dan akhirnya transfer pendapatan ke negara dengan tarif pajak rendah. variabel independen dalam penelitian ini adalah Variabel pajak yang dihitung dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi dengan *differed tax expense* kemudian dibagi dengan laba kena pajak (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015).

$$\text{Effective tax rate} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

Tunneling Incentive

Tunneling Incentive merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Winda Hartati, dkk 2015). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive*. Dimana variabel tunneling incentive diproksikan dengan persentase kepemilikan saham oleh pihak asing atau perusahaan asing 20% atau lebih.

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2013):

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

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan Dimana variabel mekanisme bonus diproksikan dengan indeks trend laba bersih (ITRENDLB). Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio dengan rumus sebagai berikut (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015):

$$ITRENDLB = \frac{\text{laba bersih tahun } t}{\text{laba bersih tahun } t-1}$$

Exchange Rate

Exchange rate adalah perjanjian yang dikenal sebagai nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dikemudian hari antara dua mata uang masing-masing negara atau wilayah. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *exchange rate*. Dimana variabel *exchange rate* dihitung berdasarkan skala rasio dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi sebelum pajak, dengan rumus sebagai berikut (Marfuah & Azizah, 2014):

$$\text{Exchange rate} = \frac{\text{laba rugi selisih kurs}}{\text{laba rugi sebelum pajak}}$$

Variabel Dependen

Transfer Pricing adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan

istimewa. *Transfer pricing* merupakan *dummy* variable dimana sampel akan bernilai 1 jika perusahaan manufaktur melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa, sedangkan sampel akan bernilai 0 jika perusahaan manufaktur tidak melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2013).

4. METODE ANALISIS

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik, yang variabel bebasnya merupakan kombinasi antara metrik dan non metrik (nominal). Teknik analisis ini tidak memerlukan lagi uji normalitas dan uji asumsi klasik pada variabel bebasnya. Beberapa tes statistik yang digunakan untuk menilai *overall fit model*, yaitu nilai *Log likelihood*, *Cox dan Snell's R Square*, *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*, dan *classification table*. Teknik tersebut digunakan karena variabel terikat dalam

penelitian ini yaitu *transfer pricing* bersifat dikotomus atau merupakan variabel *dummy* (Imam Ghozali, 2016:321).

5. HASIL DAN PEMBAHASAN Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Analisis deskriptif ini menginformasikan data statistik deskriptif, meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan deviasi standar

Analisis Regresi Logistik

Uji Kelayakan model regresi

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Nilai -2LL awal adalah sebesar 50,696 dan setelah dimasukkan keempat variabel independen, maka nilai -2LL akhir mengalami penurunan menjadi 31,534.

Penurunan ini menunjukkan model regresi yang baik dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data, artinya penambahan variabel bebas yaitu *tax minimization*, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *exchange rate* akan memperbaiki model fit penelitian ini.

Uji Koefisien determinasi

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai *Nagelkerke R Square*. Nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,460 yang berarti variabilitas variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing* yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *tax minimization*, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *exchange rate* adalah 46% sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Menilai kelayakan model regresi

Menurut Ghozali (2016), Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmerand Lemeshow Goodness of Fit Test*. *Hosmerand 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 dilakukan dengan fit). Hasil Hosmer and Lemshow Test Goodness of fit sebesar 4,536 dengan probabilitas signifikansi

$0,806 > 0,05$ maka hipotesis nol tidak dapat ditolak (H_0 diterima). Hal ini berarti model regresi yang dipergunakan dalam penelitian ini layak dipakai untuk dianalisis selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Tabel klasifikasi

Tabel klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi variabel dependen (kemungkinan terjadinya praktik *transfer pricing* oleh perusahaan).

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 91,9%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi tersebut sebanyak perusahaan 8 (37,5%) yang diprediksi tidak melakukan *transfer pricing* dari total 75 data perusahaan sampel selama periode pengamatan (2014-2016) yang melakukan *transfer pricing*. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah 98,5%. Hal ini berarti dengan model regresi tersebut, terdapat sebanyak 66 perusahaan (100%) yang diprediksi melakukan *transfer pricing* dari total 75 data perusahaan sampel.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS Pengujian hipotesis Pertama (H1).

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *tax minimization* sebesar $0,011 < 0,05$ dan. Hal ini menandakan bahwa *tax minimization* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin rendah menilai *Effective Tax Rate* maka dianggap semakin baik

nilai *Effective Tax Rate* disuatu perusahaan. Nilai baik yang dimaksud adalah menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan perencanaan pajak.

Menurut Hartati (2015), 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 yang rendah. Sehingga semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*, maka akan semakin tinggi perusahaan melakukan *tax minimization* dan pajak yang dibayarkan akan semakin kecil. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih, dkk. (2013), Hartati, dkk (2015), Mispianiti (2015) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pengujian hipotesis Kedua (H2)

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* sebesar $0,042 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehingga 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.

Mispianiti (2015) 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. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yuniasih dkk. (2013), Hartati dkk. (2015), Mispianiti (2016) dan Marfuah (2014) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer*

pricing.

Pengujian hipotesis Ketiga (H3)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel mekanisme bonus sebesar $0,303 > 0,05$ berarti bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa mekanisme bonus bukanlah alasan yang kuat yang dapat dipakai oleh manajemen dalam pertimbangan melakukan Keputusan *transfer pricing*.

Wafiroh dan Hapsari (2015) serta Mispianiti (2015) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini karena 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. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mispianiti (2016) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pengujian hipotesis Pertama (H4)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel *exchange rate* sebesar $0,033 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. 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

penggunaanya dengan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini 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* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Kesimpulan Saran Dan Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Hasil uji regresi logistik menunjukkan bahwa *Tax Minimization, tunneling incentive, exchange rate* berpengaruh

terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan variabel mekanisme bonus tidak dapat berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Keterbatasan penelitian ini bahwa Nilai *Nagerkelke R²* hanya 46 persen yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yang dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam penelitian ini, sehingga 54 persen dapat dijelaskan oleh variabel lain, sehingga penelitian selanjutnya Menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* seperti profitabilitas, ukuran perusahaan dan lain sebagainya sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih baik lagi dan menambahkan rentang waktu yang lebih lama sehingga memberikan hasil yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran untuk pemerintah dan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Dengan terbuktinya bahwa pajak masih menjadi tolak ukur dalam perusahaan menerapkan *transfer pricing*, maka otoritas pajak harus memantapkan peraturan perpajakan dan meminimalisir celah-celah yang terdapat dalam peraturan yang berlaku yang kadangkala dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional. Hal tersebut dapat mengontrol dan mengurangi praktek *transfer pricing* dikalangan perusahaan multinasional yang beraktifitas di Indonesia yang merugikan bagi

penerimaan APBN negara yang bersumber dari penerimaan pajak.

2. Pemerintah lebih mengetatkan dan memperjelas isi dari peraturan tentang *transfer pricing* yaitu peraturan PER-32/PJ/2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dalam Transaksi Hubungan Istimewa sehingga perusahaan benar-benar menerapkan kegiatan *transfer pricing* berdasarkan harga wajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Progam SPSS 23*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Goltoem, M. S., & Zulverdi, D. (1998). Manajemen Nilai Tukar di Indonesia dan Permasalahannya. *Journalbankingindonesia.org* .
- Gusnardi. (2009). Penetapan Harga Transfer dalam Kajian Penetapan. *Pekbis Vol. 1 No. 1* .
- Harimurti, F. (2007). Aspek Perpajakan dalam praktik Transfer Pricing. *Journal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 7 No. 1* .
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). *Tax Minimization, tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. *SNA 18 Medan* .
- Kurniawan, A. M. (2011). *Pajak Internasional*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Laporan Keuangan Tahunan. Di ambil pada tanggal 30 November 2017. di *idx* kota semarang
- Marfuah, & Azizah, A. P. (2014). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* pada Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *JAAI Vol. 8 No. 2* .
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, *tunneling incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *STIE Putra bangsa Vol. 16 No. 1* .
- Mulyani, N. (2014). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar Rupiah dan Produk Domestik Bruto terhadap Jakarta Islamic Index. *Journal Bisnis dan Manajemen Eksekutif Vol. 1 No. 1* .
- Noviastika F, D., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*

dan *Good Corporate Governance* terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Eek Indonesia. *Jurnal Perpajakan Vol. 8 No 1* .

Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, mekanisme bonus, Ukuran Perusahaan, kepemilikan asing dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*. *JOM Fekom Vol. 4 No.1* .

Resmi, S. (2003). *Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.

Suciwati, D. P., & Machfoedz, M. (2002). Pengaruh Risiko Nilai Tukar Rupiah Terhadap Return Saham : Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 17, No. 4* .

Sugiyono. (2015). *Statistik Non parametris*. Bandung: Alfabeta.

Tiwa, E. M., Saerang, D. P., & Tirayoh, V. Z. (2017). Pengaruh pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2015. *ISSN 2303-1174* .

Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2015). Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 15* .

Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2013). Pengaruh pajak dan *tunneling incentive* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi* .