

Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Gita Cahyani*, Muhammad Riza Hafizi, Wehdawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Palangka Raya
Jalan G. Obos Kompleks Islamic Centre, 73112, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

Email: ^{1,*}gita Cahyani4272@gmail.com, ²riza.hafizi@iain-palangkaraya.ac.id, ³wehdawati@iain-palangkaraya.ac.id

Email Penulis Korespondensi: gitacahyani4272@gmail.com

Submitted: 08/11/2022; Accepted: 28/02/2023; Published: 28/02/2023

Abstrak—Transfer pricing diindikasikan sebagai langkah strategis dalam melakukan transaksi tentang pengaturan harga secara kompetitif oleh perusahaan-perusahaan yang berelasi. Dengan adanya transfer pricing, perusahaan dapat menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan. Permasalahan transfer pricing timbul karena adanya penyalahgunaan yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive secara parsial dan simultan terhadap keputusan transfer pricing. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *expost facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2018-2020. Pemilihan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 11 perusahaan dari 30 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan dengan uji *f* menunjukkan bahwa beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Sedangkan hasil uji *t* menunjukkan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Bonus plan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Kata Kunci: Beban Pajak; Bonus Plan; Tunneling Incentive; Transfer Pricing

Abstract—Transfer pricing is indicated as a strategic step in conducting transactions regarding competitive pricing by related companies. With transfer pricing, the company can assess the performance of the members or divisions of the company. The transfer pricing problem arises because of the manipulation by the company. This study aims to determine the influence of the tax load, bonus plan, and tunneling incentive partially and simultaneously on the transfer pricing decision. The research used a quantitative method with the *expost facto* design. The population in this study was companies that were members of the Jakarta Islamic Index (JII) in 2018-2020. The research sample was selected using *purposive sampling* of 11 companies from 30 companies. This study used secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with SPSS 26 program. The results showed that the *f* test of the tax load, bonus plan, and tunneling incentive simultaneously had a significant effect on the transfer pricing decision. Meanwhile, the results of the *t*-test showed that the tax load did not affect the transfer pricing decision. The bonus plan had a significant negative effect on the transfer pricing decision. The tunneling incentive had a significant positive effect on the transfer pricing decision.

Keywords: Tax Load; Bonus Plan; Tunneling Incentive; Transfer Pricing

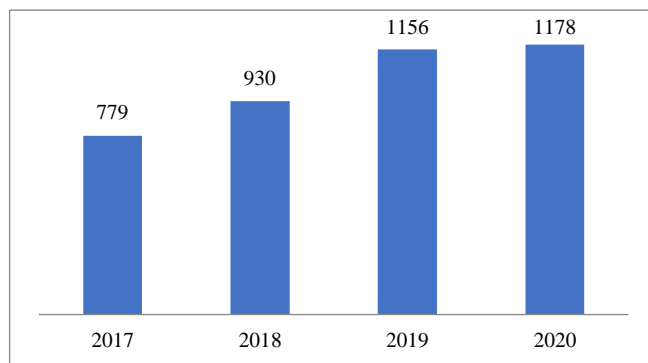
1. PENDAHULUAN

Kemajuan digital dengan perubahan besarnya serta fenomena arus globalisasi mengakibatkan perkembangan dunia usaha bisnis meningkat pesat sehingga memberi pengaruh pada perubahan pola bisnis dan perilaku para pemilik bisnis. Perusahaan-perusahaan nasional mulai bertransformasi menjadi perusahaan-perusahaan multinasional melalui anak perusahaan dan cabang perusahaan sehingga kegiatannya tidak berpusat di satu negara saja tetapi di beberapa negara yang terlibat.

Akan tetapi, transaksi-transaksi yang terjadi seperti ini akan membawa permasalahan khusus dalam perusahaan terutama dalam hal penentuan harga yang harus ditransfer dan secara tidak langsung akan menghadapi permasalahan pada perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara. Kegiatan penetapan harga yang terjadi atas berbagai transaksi inilah yang disebut dengan transfer pricing (Refgia, 2017).

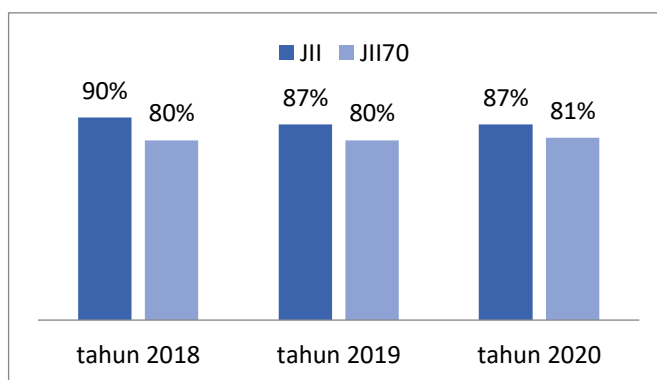
Transfer pricing terjadi dalam perusahaan multinasional karena adanya transaksi antara anggota perusahaan yang sama atau satu grup yang memiliki hubungan istimewa. Hubungan istimewa ini dapat menyebabkan kecurang wajar laporan sebagai akibat dari pengalihan penghasilan. Hal tersebut terjadi karena adanya tindak penyalahgunaan praktik transfer pricing untuk merekayasa harga yang ditransfer ke perusahaan afiliasi agar dapat meminimalisir atau menghindari pajak.

Dengan melakukan penetapan harga yang tidak wajar dengan sistem menaikkan atau menurunkan harga. Sehingga, manipulasi transfer pricing terjadi dengan cara menetapkan harga transfer menjadi besar atau kecil dengan tujuan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Karena dengan cara memperkecil jumlah pajak yang terutang, keuntungan yang diterima oleh perusahaan multinasional akan semakin besar (Saraswati & Sujana, 2017). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menyampaikan bahwa peningkatan kasus transfer pricing disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu jenis transaksi yang semakin banyak dengan metode yang makin rumit dan meningkatnya pengetahuan wajib pajak dan otoritas tentang transaksi lintas batas yang berkaitan dengan afiliasi usaha di luar negeri (D. A. Setiawan, 2021).



Gambar 1. Perkembangan Kasus Transfer Pricing

Pada Gambar 1. menunjukkan terjadinya kenaikan jumlah kasus transfer pricing. Sebagaimana diungkap dalam Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics 2020 yang diterbitkan oleh Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), perkembangan kasus sengketa transfer pricing terus meningkat setiap tahunnya. Terhitung pada tahun 2018 meningkat menjadi 930 kasus. Kemudian di tahun 2019 menjadi 1156 kasus. Serta di tahun 2020 meski dalam keadaan pandemi, jumlah kasus baru masih tetap sangat tinggi yaitu terdapat sebanyak 1178 kasus sengketa transfer pricing.



Gambar 2. Perusahaan yang Melakukan Transaksi dengan Pihak Berelasi

Gambar 2. menunjukkan terjadinya transaksi dengan pihak berelasi yang dilakukan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat lebih dari 20 perusahaan yang melakukan transaksi dengan pihak berelasi pada Jakarta Islamic Index (JII). Semua perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index (JII) merupakan perusahaan berskala besar. Selain itu, index saham perusahaan telah memenuhi kriteria investasi sehat di pasar modal yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah sebagai tanda kebangkitan ekonomi Islam. Sehingga hampir semua perusahaan memiliki pihak berelasi, dimana sebanyak 87% perusahaan memiliki potensi untuk melakukan transfer pricing. Ada beberapa tujuan perusahaan Indonesia melakukan transfer pricing, yaitu untuk mengakali jumlah profit perusahaan sehingga pembayar pajak dan pembagian dividen menjadi rendah serta menggelembungkan profit untuk memoles (window dressing) laporan keuangan (Putri, 2019).

Tinggi rendahnya beban pajak yang harus dibayarkan dapat memicu tindakan transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan. Keputusan transfer pricing ini dilakukan perusahaan multinasional karena dengan memperkecil jumlah pajak yang belum dibayarkan maka keuntungan yang didapat akan semakin besar (Mulyani et al., 2020). Selain alasan beban pajak, bonus plan juga mempengaruhi keputusan transfer pricing pada perusahaan untuk menaikkan laba. Penilaian kinerja perusahaan dinilai berdasarkan perolehan laba. Apabila target laba tercapai maka pemilik perusahaan akan memberikan apresiasi berupa bonus kepada manajer (Sarifah et al., 2019). Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan transfer pricing yang dilakukan perusahaan yaitu tunneling incentive. Perusahaan yang memiliki kelebihan sumber daya keuangan akan mengalihkan asetnya ke anggota atau anak perusahaan yang berada di bawah kendalinya dengan transfer pricing agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan (Marfuah & Azizah, 2014).

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, namun masih terdapat perbedaan pada hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Amalia (2020) menyatakan bahwa pajak memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) menyatakan bahwa pajak tidak memiliki pengaruh terhadap potensi terjadinya transfer pricing. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmat (2019) menyatakan bahwa bonus plan memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ayshinta et al (2019) menyatakan bahwa bonus tidak memiliki pengaruh terhadap potensi terjadinya transfer pricing. Penelitian yang dilakukan oleh Santosa & Suzan (2018) menyatakan bahwa tunneling incentive memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) menyatakan bahwa tunneling incentive tidak memiliki pengaruh terhadap potensi terjadinya transfer pricing.

Berdasarkan fenomena gap dan adanya gap research penelitian dengan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Beban Pajak

Menurut Rochmat Soemitro, pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Sari, 2013). Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 46, beban pajak merupakan jumlah gabungan pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam menentukan laba rugi pada suatu periode (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2010). Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan tindakan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban pajak tersebut. Beban pajak dalam penelitian diukur dengan Effective Tax Rate (ETR) yang merupakan perbandingan beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak (Khotimah, 2018).

2.2 Bonus Plan

Bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam tindakan merekayasa laba atas data laporan keuangan. Tindakan yang cenderung akan dilakukan manajer yaitu mengatur laba bersih agar terlihat bahwa laba telah tercapai sehingga dapat memaksimalkan penerimaan bonus (Purwanti, 2010). Rencana bonus memberikan jumlah maksimum yang dapat ditransfer dalam pembayaran bonus. Transfer maksimum umumnya adalah perolehan laba yang melebihi angka target laba (Gayatrie, 2014). Bonus plan akan diukur dengan melihat persentase laba tahun bersih t terhadap laba bersih tahun t-1 (Hartati et al., 2015).

2.3 Tunneling Incentive

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan (Hartati et al., 2015). Tunneling timbul karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan adanya perbedaan kepentingan dan tujuan oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terfokus pada satu kepentingan atau salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya (Refgia, 2017). Tunneling incentive diukur dengan melihat jumlah kepemilikan saham terbesar dibagi jumlah saham beredar (Mutamimah, 2009).

2.4 Transfer Pricing

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu berupa barang, jasa, maupun transaksi finansial yang dilakukan perusahaan. Transfer pricing terbagi menjadi dua kelompok transaksi, yaitu intra-company dan inter-company. Intra-company transfer pricing merupakan transfer pricing yang dilakukan antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan inter-company transfer pricing merupakan transfer pricing yang dilakukan antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya bisa dilakukan dalam satu negara ataupun dengan negara yang berbeda (Setiawan, 2021). Transfer pricing diukur dengan melihat piutang atas transaksi pihak berelasi dibagi dengan total piutang (Refgia, 2017).

2.4.1 Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Pengaruh secara bersama-sama dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen.

H1: Beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing.

2.4.2 Pengaruh Beban Pajak Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Perusahaan dengan pajak yang tinggi membuat perusahaan membayar pajak yang seharusnya juga tinggi. Dengan kata lain, perusahaan ikut membantu pemerintah dalam mengoptimalkan pendapatan Negara melalui pembayaran pajak. Perusahaan yang cenderung stabil dan dalam jumlah laba yang wajar juga akan mendapat pandangan yang cukup baik di mata investor. Sehingga tarif pajak yang tinggi tidak selalu dilakukan dengan transfer pricing agar pajak yang dibayarkan menjadi kecil (Khotimah, 2018). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Amalia (2020).

H2: Beban pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan transfer pricing.

2.4.3 Pengaruh Bonus Plan Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan atau pemegang saham untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan. Semakin tinggi laba perusahaan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Laba yang stabil juga mempengaruhi investor dalam berinvestasi. Oleh sebab itu, perolehan laba yang tinggi tidak selalu dilakukan dengan transfer pricing, selama direksi meningkatkan kinerjanya maka perolehan laba pun dapat meningkat (Hartati et al., 2015). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmat (2019).

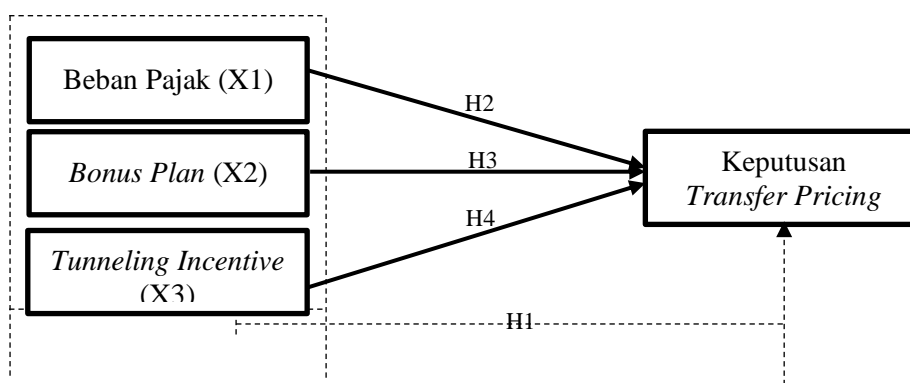
H3: Bonus Plan berpengaruh negatif terhadap keputusan transfer pricing.

2.4.4 Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Tunneling incentive dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk mengalihkan aset dan laba keluar dari perusahaan. Perusahaan melakukan tunneling kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Oleh karena itu, para pemilik saham mayoritas akan melakukan segala cara agar dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi dan mengorbankan hak-hak pemegang saham minoritas. Sehingga semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan transfer pricing (Marfuah & Azizah, 2014). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Santosa & Suzan (2018).

H4: Tunneling Incentive berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing.

2.4.5 Kerangka Penelitian



Gambar 3. Kerangka Penelitian

—————> = Parsial
 - - - - -> = Simultan

2.5 Populasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian ex post facto. Penelitian ex post facto merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian mengamati ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut (Danuri & Maisaroh, 2019). Penelitian menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang didapat dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan masing-masing perusahaan.

Populasi dari penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2018-2020. Populasi berjumlah 30 perusahaan dan diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan kriteria tertentu yang akan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria pengambilan sampel yang ditentukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII).
- b. Perusahaan yang konsisten tergabung di Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2018-2020.
- c. Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang melakukan transaksi dengan pihak berelasi.
- d. Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase 20% atau lebih.
- e. Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang tidak mengalami kerugian.

Tabel 1. Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII)	30
2	Perusahaan yang tidak konsisten terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2018-2020	(12)
3	Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang tidak melakukan transaksi dengan pihak berelasi	(3)

No	Kriteria	Jumlah
4	Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kurang dari 20%	(3)
5	Perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang mengalami kerugian	(1)
	Total sampel	11

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa studi kepustakaan dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, Uji T Parsial, dan Uji F Simultan menggunakan program SPSS 26. Adapun model dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Transfer pricing
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari setiap variabel independen
- X_1 = Beban pajak
- X_2 = Bonus plan
- X_3 = Tunneling incentive
- e = Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Asumsi Klasik

3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data diuji dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan level signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi pada uji ini lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal (Riduwan, 2010).

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b} Mean		.2864949
	Std. Deviation	1.25333543
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.097
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Pada tabel 2 diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah $0,200 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

3.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dengan ketentuan nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2016).

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Beban Pajak	.980	1.020
	Bonus Plan	.989	1.011
	Tunneling Incentive	.980	1.021

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Pada tabel 3 menunjukkan tiap variabel memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari gejala multikolinearitas.

3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.052	.668			-.078	.938
Beban Pajak	1.338	1.098			.2161	.219 .233
Bonus Plan	.052	.095			.097	.549 .587
Tunneling Incentive	1.063	.978			.1931	.086 .286

a. Dependent Variable: abres

Pada tabel 4 hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi beban pajak sebesar 0,938, bonus plan sebesar 0,233, dan tunneling incentive sebesar 0,587. Terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3.1.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Penelitian ini menggunakan data time series, sehingga perlu dilakukannya uji autokorelasi. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai Durbin Watson terletak antara $du < d < 4 - du$ (Ghozali, 2016).

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model Summary	
Model	Durbin-Watson
1	1.961

a. Predictors: (Constant), Tunneling Incentive, Bonus Plan, Beban Pajak
 b. Dependent Variable: Transfer Pricing

Pada tabel 5 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,961. Pada tabel Durbin Watson, didapatkan nilai DU untuk sampel sebanyak 33 dan variabel independen sebanyak 3 variabel adalah 1,651. Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat dibentuk $1,651 < 1,961 < 2,349$. Dari dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel independen (beban pajak, bonus plan dan tunneling incentive) dengan variabel dependen (transfer pricing), yang dinyatakan dengan persamaan. Berdasarkan perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil pada tabel coefficients.

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-4.407	1.237
Beban Pajak	-2.314	2.033
Bonus Plan	-.527	.176
Tunneling Incentive	4.914	1.811

Berdasarkan perhitungan pada tabel 6, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -4,407 - 2,314 (\text{Beban Pajak}) - 0,527 (\text{Bonus Plan}) + 4,914 (\text{Tunneling Incentive}) + e$$

- Nilai konstanta sebesar -4,407 yang memiliki arti, jika semua variabel independen yaitu beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive dianggap konstan atau sama dengan nol, maka variabel dependen transfer pricing akan semakin berkurang.
- Koefisiensi regresi b1 dengan nilai sebesar -2,314. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penurunan variabel beban pajak (X1) mengakibatkan kenaikan transfer pricing sebesar 2,314 kali dari nilai perubahan beban pajak tersebut.
- Koefisiensi regresi b2 dengan nilai sebesar -0,527. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penurunan variabel bonus plan (X2) mengakibatkan kenaikan transfer pricing sebesar 0,527 kali dari nilai perubahan bonus plan tersebut.

- d. Koefisiensi regresi b3 dengan nilai sebesar 4,914. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel tunnelling incentive (X3) mengakibatkan kenaikan transfer pricing sebesar 4,914 kali dari nilai peningkatan tunnelling incentive tersebut.

3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji simultan (f) yang bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis menggunakan SPSS sebagai berikut:

Hipotesis 1: Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Tabel 7. Uji F Simultan

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.984	3	8.661	5.162	.006 ^b
	Residual	48.658	29	1.678		
	Total	74.642	32			

a. Dependent Variable: Transfer Pricing
 b. Predictors: (Constant), Tunneling Incentive, Bonus Plan , Beban Pajak

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 7, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 3,106 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,006 atau $< 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa variabel independen (beban pajak, bonus plan dan tunneling incentive) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan transfer pricing dan hipotesis diterima.

Hipotesis 2: Beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji parsial (t) yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 8. Uji T Parsial

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.407	1.237		-3.563	.001
Beban Pajak	-2.314	2.033	-.172	-1.139	.264

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Berdasarkan olah data menggunakan SPSS pada tabel 8, menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -1,139 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,264. atau $> 0,05$, sehingga variabel beban pajak (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing dan hipotesis pertama ditolak.

Hipotesis 3: Bonus plan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Tabel 9. Uji T Parsial

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.407	1.237		-3.563	.001
Bonus Plan	-.527	.176	-.451	-2.993	.006

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Berdasarkan olah data menggunakan SPSS pada tabel 9, menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -2,993 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,006 atau $< 0,05$, sehingga variabel bonus plan (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing dan hipotesis diterima.

Hipotesis 4: Tunneling Incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Tabel 10. Uji T Parsial

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.407	1.237		-3.563	.001
Tunneling Incentive	4.914	1.811	.411	2.714	.011

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Berdasarkan olah data menggunakan SPSS pada tabel 10, menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.714 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,011 atau $< 0,05$, sehingga variabel tunneling incentive (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing dan hipotesis diterima.

Tabel 11. Adjusted R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.281	1.2953215
a. Predictors: (Constant), Tunneling Incentive, Bonus Plan, Beban Pajak				
b. Dependent Variable: Transfer Pricing				

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,281 atau 28,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel transfer pricing dapat dijelaskan oleh variabel beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive sebesar 28,1%. Sedangkan sisanya sebesar 71,9% dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar model.

H1: Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel beban pajak, bonus plan dan tunneling incentive secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi beban pajak yang harus dibayarkan, perolehan bonus yang tinggi, dan kepemilikan saham yang semakin besar semakin meningkatkan kegiatan transfer pricing. Beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi transfer pricing. Dengan transfer pricing, perusahaan melakukan kegiatannya dalam rangka penentuan harga transfer yang terjadi pada suatu transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Permasalahan yang terjadi akibat transfer pricing antara lain merugikan pendapatan penerimaan negara dan manipulasi harga dengan menaikkan atau menurunkan harga sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Hasil penelitian ini sejalan dengan Jafri & Mustikasari (2018) dan Rachmat (2019) yang menyatakan bahwa beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara bersama-sama dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

H2: Beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing, sehingga hipotesis pertama ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan pembayaran pajak yang lebih rendah tidak terbukti karena perusahaan yang memiliki beban pajak yang tinggi tetap membayar sesuai dengan yang harus dibayarkan, sehingga menurunkan kegiatan transfer pricing. Oleh karena itu, perusahaan tidak harus melakukan transfer pricing untuk meminimalisir beban pajak yang ditanggung perusahaan. Perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak dengan baik sebagai strategi untuk efisiensi pajak penghasilan dan tetap memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) dan Novira et al (2020) yang menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

H3: Bonus plan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bonus plan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing, sehingga hipotesis kedua diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan laba yang tinggi akan menurunkan kegiatan transfer pricing dan sebaliknya. Manajemen perusahaan berupaya untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, karena dengan peningkatan kinerja akan mempengaruhi perolehan bonus yang akan diterima. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan menaikkan laba perusahaan di setiap tahunnya. Akan tetapi perusahaan tidak selalu melakukan transfer pricing untuk menaikkan laba perusahaan karena sangat berisiko terhadap masa depan perusahaan, mengingat terdapat kepentingan yang jauh lebih besar yakni menjaga nilai perusahaan tetap baik dimata masyarakat dan pemerintah dengan tetap menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmat (2019) yang menyatakan bahwa bonus berpengaruh negatif dan signifikan terhadap transfer pricing.

H4: Tunneling Incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar tunneling yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Tunneling cenderung dilakukan pemegang saham mayoritas karena perlindungan pada hak-hak pemegang saham minoritas yang masih lemah. Sehingga para pemegang saham mayoritas memiliki insentif dan kemampuan untuk melakukan transaksi-transaksi tertentu. Sebab pemegang saham mayoritas menanamkan modal yang besar untuk perusahaan karena mereka ingin mendapatkan pengembalian yang besar juga daripada membagikan dividennya kepada pemegang saham minoritas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jafri & Mustikasari (2018) dan Santosa & Suzan (2018) yang menyatakan bahwa tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa beban pajak, bonus plan dan tunneling incentive secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Berpengaruhnya ketiga variabel tersebut mampu mempengaruhi keputusan transfer pricing yang dilakukan perusahaan secara bersama-sama. Beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini dikarenakan perusahaan yang sudah go public akan selalu diawasi oleh pemerintah sehingga semakin tinggi tarif beban pajak tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan transfer pricing agar dapat meminimalkan pajak serta perusahaan juga ikut membantu pemerintah dalam mengoptimalkan pendapatan Negara melalui pembayaran pajak yang dapat digunakan dalam pembangunan nasional. Bonus plan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Dimana semakin tinggi nilai bonus plan yang diperoleh perusahaan maka akan menurunkan kegiatan transfer pricing, sedangkan semakin rendah nilai bonus plan yang diperoleh perusahaan maka akan meningkatkan kegiatan transfer pricing. Tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Berpengaruhnya tunneling incentive disebabkan adanya kepemilikan saham yang besar sehingga memiliki kendali pada perusahaan yang dimanfaatkan untuk mengoptimalkan laba sehingga kegiatan transfer pricing yang dilakukan perusahaan semakin meningkat. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu peneliti hanya membahas beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive, belum memasukkan faktor lain yang dapat mempengaruhi transfer pricing dan hanya dilakukan pada perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) yang pengelolaannya menerapkan prinsip keislaman. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan perusahaan konvensional atau berdasarkan kelompok sektor usaha untuk mengetahui perbandingan pengaruhnya pada transfer pricing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan yang sangat luar biasa selama melakukan penelitian ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah menyediakan data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga memberi kemudahan dalam pengumpulan data laporan keuangan perusahaan.

REFERENCES

- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), 572–588. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i2.96>
- Gayatrie, C. R. (2014). Skema Bonus Dalam Keputusan Akuntansi Manajer. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Perbankan Indonesia*, 22(2), 203–210.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Senarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Rachmat, R. A. H. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 21. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA*, 241–246.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2010). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 46: Pajak Penghasilan.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125–138. Retrieved from www.idx.co.id.
- Maisaroh, D. dan S. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art6>
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 171–181. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.756>
- Mutamim, M. (2009). Tunneling Atau Value Added Dalam Strategi Merger Dan Akuisisi Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 2(2), 161–182. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v2i2.2382>
- Novira, A. R., Suzan, L., & Asalam, A. G. (2020). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 17–23.
- Pratiwi, B. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(2), 66.
- Purwanti, L. (2010). Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 8, pp. 430–436.
- Putri, V. R. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(1), 1–11. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v21i1.8464>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 543–555.
- Riduwan. (2010). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta.



- Santosa, S. jasmine D., & Suzan, L. (2018). 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). *Kajian Akuntansi*, 19(1), 72–80.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1000–1029.
- Sari, D. (2013). *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). Dampak Effective Tax Rate, Tunnelling Incentive, Indeks Trend Laba Bersih Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 215–228.
- Setiawan, D. A. 2021. <https://news.ddtc.co.id/djp-sudah-ada-wp-ajukan-peninjauan-apa-akibat-pandemi-27411>.
- Setiawan, H. (2021). Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara. BKF Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 4(1), 127. Retrieved from https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/2014_kajian_pprf_transfer_pricing_dan_risikonya_terhadap_penerimaan_negara.pdf
- Wijaya, I., & Amalia, A. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Good Corporate Governance Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Profita*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.003>