

**PENGARUH PAJAK, PROFITABILITAS, DAN MEKANISME BONUS
TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)**

Heri Enjang Syahputra

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia
Email: hensapura@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, didapatkan total sampel yang terkumpul sebanyak 30 data laporan keuangan periode 2016-2018 dari 10 sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi, dengan bantuan program IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Kata Kunci : Pajak, Profitabilitas, Mekanisme Bonus, *Transfer Pricing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang terjadi saat ini, memberikan suatu pengaruh yang besar bagi pola bisnis dan sikap para pelaku bisnis yang disebabkan oleh globalisasi sehingga perekonomian berkembang pesat tanpa mengenal batas negara. Banyak cara dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk bisa bertahan menghadapi perkembangan perekonomian yang bergerak begitu cepatnya, salah satunya adalah dengan melakukan kebijakan *transfer pricing*. Kebijakan *transfer pricing* merupakan isu klasik di bidang perpajakan maupun manajemen, namun pergerakan perubahannya sangat cepat dan susah diidentifikasi dalam praktiknya. Awalnya, kebijakan *transfer pricing* ini dilakukan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan di setiap divisi atau departemen dalam satu perusahaan (Suandy, 2014). Akan tetapi apa yang terjadi sekarang ini, penggunaan kebijakan *transfer pricing* bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana

kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan yang berskala global (Klassen, dkk, 2013).

Adanya transaksi barang maupun jasa yang terjadi antar wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa menjadi penyebab utama timbulnya praktek *transfer pricing*. Penentuan harga transfer adalah penentuan harga atas transaksi produk, jasa, transaksi finansial, ataupun *intangible assets* antar perusahaan yang berelasi. Praktik *transfer pricing* biasanya dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah, sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Transfer pricing memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda, tetapi juga terbuka untuk

penyalahgunaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah, dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan menjadi kecil (Price Waterhouse Coopers, 2010). Secara umum otoritas fiskal harus memperhatikan 2 (dua) hal mendasar agar koreksi pajak terhadap dugaan *transfer pricing* mendapat justifikasi yang kuat, yaitu afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*), dan kewajaran (*arm's length principle*). Hampir dalam setiap undang-undang perpajakan dapat dijumpai aturan-aturan yang mengatur perlakuan pajak terhadap transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Aturan tersebut merupakan dasar hukum bagi otoritas pajak untuk melakukan koreksi atas transaksi yang terjadi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan dianggap sebagai aturan yang dapat memecahkan masalah *transfer pricing*.

Berdasarkan Undang Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 ayat (4) yaitu hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Menurut PSAK Nomor 7 Tahun 2015, pihak-pihak dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa. Transaksi hubungan istimewa ini dapat menyebabkan perbedaan harga transfer di mana harga menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Kurniawan, 2015).

Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, diyakini dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung memindahkan kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

Banyak faktor yang mendasari melakukan kebijakan *transfer pricing* untuk tujuan perencanaan pajak perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal bisnis, seperti pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus.

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang paling besar. Pajak yang dipungut oleh negara difungsikan sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah dan difungsikan sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi serta digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Mardiasmo, 2011).

Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak 2016-2018

Tahun	Target		Realisasi	
	Penerimaan Pajak	%	Penerimaan Pajak	%
2016	1.539 T	100	1.285 T	83,5
2017	1.451 T	100	1.344 T	92,6
2018	1.618 T	100	1.519 T	93,9

Sumber: www.bps.go.id, 2020

Penerimaan pajak di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun dalam pencapaian target setiap tahunnya tidak pernah tercapai. Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat penerimaan pajak dari tahun 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan. Tahun 2016 target penerimaan pajak sebesar 1.539 triliun sedangkan realisasinya sebesar 1.285 triliun atau sebesar 83,5%. Tahun 2017 target penerimaan pajak sebesar 1.451 triliun sedangkan realisasinya sebesar 1.344 triliun atau sebesar 92,6%. Dan tahun 2018 target penerimaan pajak sebesar 1.618 triliun dan realisasinya sebesar 1.519

triliun atau sebesar 93,9%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa penerimaan pajak di Indonesia masih belum bisa dicapai secara maksimal, walaupun penerimaan pajak dari tahun ke tahun meningkat tapi dalam realisasinya tidak pernah melampaui target yang telah ditentukan. Namun upaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak ini mengalami banyak kendala, salah satu penyebabnya adalah perusahaan-perusahaan multinasional yang masih melakukan kebijakan *transfer pricing*.

Pajak merupakan salah satu faktor yang mendasari keputusan atas kebijakan *transfer pricing* perusahaan. Klassen, dkk (2013) menyatakan bahwa penggunaan kebijakan *transfer pricing* saat ini bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan berskala global. Marfuah & Azizah (2014) mengungkapkan bahwa perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi. Negara-negara dengan perusahaan yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Penelitian tentang pajak yang mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan. Penelitian yang dilakukan Swenson dalam Hartati (2014) menemukan bahwa harga dilaporkan pada laporan keuangan akan naik ketika efek gabungan dari pajak dan tarif memberikan dorongan bagi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Dalam penelitian Yuniasih, dkk (2012) juga menyebutkan bahwa beban pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda dan juga terbuka untuk penyalahgunaan. Karena hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan menjadi kecil. Hal ini didukung

oleh penelitian Rahayu (2010:64), ia menemukan bahwa modus *transfer pricing* dilakukan dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak terutang secara keseluruhan.

Keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba (Kasmir, 2012). Dalam penelitiannya, Wibowo (2017) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur adalah ukuran dan pertumbuhan perusahaan, likuiditas, solvabilitas, serta manajemen modal kerja. Salah satu alat yang dipakai oleh banyak perusahaan dalam menilai kinerjanya adalah menghitung berapa tingkat *Return On Assets* (ROA). *Return On Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang digunakan dan dimiliki oleh perusahaan. Terkadang tingkat ROA untuk divisi dengan divisi lainnya dalam satu perusahaan yang sama berbeda satu dengan yang lain. Hal semacam itulah yang terkadang membuat *transfer pricing* itu berada di posisi yang terjepit. Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan tersebut, induk perusahaan akan sangat berkepentingan dalam penentuan harga transfer.

Selain profitabilitas, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Adanya pemberian bonus kepada direksi atau manajemen secara tidak langsung akan memberikan motivasi untuk bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan bonus yang lebih lagi. Karena sebagai akibat dari adanya

praktik *transfer pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren dalam Mutamimah (2010) yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi di mata pemilik perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus. Penelitian ini akan menguji kembali pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, tetapi yang membedakan dengan penelitian-penelitian sebelumnya bahwa penelitian ini terfokus hanya pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode tahun 2016-2018. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur adalah karena perusahaan manufaktur memiliki potensi yang tinggi dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Selain itu, Penanaman Modal Asing (PMA) dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Pajak, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)".

Rumusan Masalah

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

3. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

TINJAUAN TEORITIS

Uraian Teori

Akuntansi perpajakan adalah suatu proses pencatatan, penggolongan dan pengikhtisaran suatu transaksi keuangan kaitannya dengan kewajiban perpajakan dan diakhiri dengan pembuatan laporan keuangan fiskal sesuai dengan ketentuan dan peraturan perpajakan.

Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2007, 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.

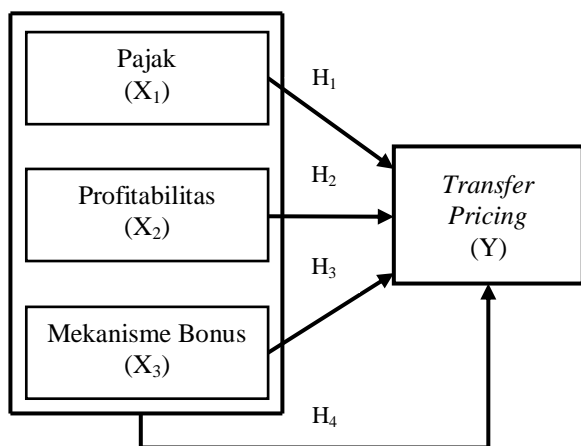
Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan dan investasi.

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

Transfer pricing (penentuan harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi didasarkan atas prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*).

Teori agensi adalah teori yang muncul ketika ada 2 (dua) pihak yang saling terikat, yaitu pihak agen dalam hal ini adalah manajemen perusahaan dan pihak prinsipal yaitu pemegang saham/pemilik perusahaan.

Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah oleh peneliti
Gambar 1. Kerangka Konseptual

Perumusan Hipotesis

- H₁ : Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H₃ : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H₄ : Pajak, profitabilitas, mekanisme bonus berpengaruh secara simultan terhadap keputusan *transfer pricing*

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Tempat penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018, yang di akses melalui website www.idx.co.id. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Agustus 2020.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 yang berjumlah sebanyak 31 perusahaan. Sedangkan sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling*, artinya sampel yang digunakan adalah sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Berdasarkan proses pemilihan sampel, dari 31 populasi yang tersedia, diperoleh 10 perusahaan yang diteliti selama 3 periode, sehingga sampel yang dapat digunakan sebanyak 30 sampel.

Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan-perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2018. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, yaitu suatu teknik atau metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan cara menggunakan data yang ada dalam perusahaan.

Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) jenis variabel yang digunakan yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* (Y), sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak (X₁), profitabilitas (X₂), dan mekanisme bonus (X₃).

1. Variabel Dependen, adalah variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel independen (bebas).

<i>Transfer Pricing</i> =	$\frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$
---------------------------	--

2. Variabel Independen, adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel dependen (terikat).

a. Pajak

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak-Beban Pajak Tangguhan}}{\text{Laba Kena Pajak}}$$

b. Profitabilitas

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

c. Mekanisme Bonus

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

No.	Kode	Nama Perusahaan
1.	BUDI	PT. Budi Starch Sweetener Tbk
2.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3.	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk
4.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
5.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk
6.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
8.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
9.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
10.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk

Sumber: Data dari www.idx.co.id yang diolah oleh peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2018. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sub sektor dari sektor industri manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tersebut telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebelum 1 Januari 2016 dan selama periode penelitian tersebut tidak keluar dari Bursa Efek Indonesia atau mengalami *delisting*. Fokus penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perencanaan pajak dengan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil teknik pengambilan sampel, yaitu dengan *purposive sampling*, dimana penelitian ini mengindikasikan bahwa sampel yang digunakan merupakan representasi dari populasi yang ada, serta sesuai dengan tujuan penelitian. Diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan yang memenuhi kriteria, sehingga dianggap layak untuk dijadikan objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*) periode tahun 2016-2018 yang berasal dari 10 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menjadi sampel penelitian.

Tabel 2. Daftar Perusahaan Objek Penelitian

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atas deskripsi seluruh variabel yang terkait dalam penelitian ini. Sebelum membahas lebih lanjut mengenai pengujian hipotesis, akan dijelaskan terlebih dahulu kondisi masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini secara deskriptif. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah maksimum, minimum, *mean* dan standar deviasi.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pajak	30	.026	.344	.22993	.073942
Profitabilitas	30	.013	.526	.13329	.125094
Mekanisme Bonus	30	.421	7.750	1.42763	1.260792
Transfer Pricing	30	.000	.832	.43852	.323783
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.26521169
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.087
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 4. diatas, hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, lebih besar dari nilai signifikansi 0.05 ($0.200 > 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pajak	.923	1.084
Profitabilitas	.937	1.067
Mekanisme Bonus	.982	1.018

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 5. diatas, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 untuk setiap variabel independen. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.192	.849
Pajak	3.159	.064
Profitabilitas	-1.043	.307
Mekanisme Bonus	-.915	.369

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 6. diatas, dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0.064 (>0.05), profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0.307 (>0.05), dan

mekanisme bonus memiliki nilai signifikansi sebesar 0.369 (>0.05). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah tidak terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	-.01376
Cases < Test Value	15
Cases \geq Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	14
Z	-.557
Asymp. Sig. (2-tailed)	.577

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 7. diatas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,577 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala autokorelasi.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji signifikan parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.789	.188		4.196	.000
Pajak	-1.024	.732	-.234	-1.398	.174
Profitabilitas	-1.170	.429	-.452	2.725	.011
Mekanisme Bonus	.029	.042	.113	.697	.492

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 8. diatas, menunjukkan bahwa variabel Pajak (X_1) memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $-1,398 < 2,05553$ dan nilai sig. $0,174 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan

transfer pricing.

Variabel Profitabilitas (X_2) memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2,275 < 2,05553$ dan nilai sig. $0,011 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Variabel Mekanisme Bonus (X_3) memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $0,697 < 2,05553$ dan nilai sig. $0,492 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak, yang berarti mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.000	3	.333	4.251	.014 ^b
	Residual	2.040	26	.078		
	Total	3.040	29			

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 8. diatas, menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $4,251 > 2,98$ dan nilai sig. $0,014 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang berarti pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.252	.280095

Sumber: Output SPSS yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 10. diatas, menunjukkan nilai R Square sebesar 0.329 yang berarti variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 32.9%. Hal ini berarti variabel pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus, dapat mempengaruhi *transfer pricing* sebesar 32.9%, sedangkan sisanya 67.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil uji pada hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hal ini berarti bahwa *transfer pricing* tidaklah menjadi mekanisme penghematan pajak yang dilakukan perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini, dan mekanisme penghematan pajak yang dilakukan perusahaan telah sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku.
2. Hasil uji pada hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hal ini berarti bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin besar indikasi melakukan praktik *transfer pricing*. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat menggambarkan kondisi perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba yang besar, dan kemungkinan investor akan melakukan atau mempertahankan investasinya akan semakin besar.
3. Hasil uji pada hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Hal ini berarti bahwa nilai ITRENDLB nya dianggap cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba dan melakukan *transfer pricing* untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

4. Hasil uji pada hipotesis keempat (H_4) menunjukkan bahwa pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.

Saran

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* dan menjadi acuan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang. Dan sebaiknya perusahaan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* agar keputusan yang diambil dapat maksimal.
2. Bagi investor, sebaiknya untuk dapat lebih memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* perusahaan, seperti pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus. Hal tersebut dimaksudkan agar dalam berinvestasi, investor dapat memilih perusahaan yang mengelola keputusan *transfer pricing* sehingga dapat menghasilkan *return* yang optimal dari perusahaan tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat menggunakan variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*, memperpanjang periode tahun pengamatan penelitian sehingga dapat memperoleh hasil penelitian dan kesimpulan yang lebih akurat, dan menggunakan populasi yang lebih luas yaitu menggunakan seluruh populasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi USM-Indonesia. 2017. *Panduan Penyusunan Skripsi Program Studi Akuntansi*.<http://akuntansi.sari-mutiara.ac.id/>. Diakses 5 Februari 2020.
- Anggraini, Ade. 2019. Pengaruh Beban Pajak, *Intangible Asset, Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Realisasi Pendapatan Negara, 2007-2020. Diambil dari <https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/24/1286/realisasi-pendapatan-negara-milyar-rupiah-2007-2020.html>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020.
- Brigham, Eugene F. Dan Joel F. Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1 Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. 2018. Laporan Keuangan dan Tahunan Perusahaan Tercatat. Diambil dari <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>. Diakses pada tanggal 29 April 2020.
- Darussalam dan Danny Septriadi. 2013. *Konsep dan Aplikasi Cross-Border Transfer Pricing Untuk Tujuan Perpajakan*. Jakarta: Danny Darussalam Tax Center.
- Deanti, Laksmi Rachma. 2017. Pengaruh Pajak, *Intangible Asset, Leverage, Profitabilitas, dan Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Jakarta: Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi 2011*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- DosenAkuntansi.com. 2016. Ruang Lingkup Akuntansi Secara Umum. Diambil dari <https://dosenakuntansi.com/ruang-lingkup-akuntansi>. Diakses pada tanggal 1 Juni 2020.
- Marfuah dan Andri Puren Noor Azizah. 2016. Pengaruh pajak, Tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan Transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol 18 (2): 156-165.
- Hapsoro, Dito Tri. 2015. Pengaruh Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Pohan, Chairil Anwar. 2018. *Pedoman Lengkap Pajak Internasional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hartati, Winda, Desmiyawati, dan Nur Azlina. 2014. Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Listing di BEI). *Simposium Nasional Akuntansi 17*. Lombok: Universitas Mataram.
- Pramana, Aviandika Heru. 2014. Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling incentive, dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Jurnal*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmawati, Elma Yuniar. 2018. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Skripsi*. Sidoarjo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Klassen, Kenneth, Petro Lisowsky, and Devan Mescall. 2013. Transfer Pricing Strategies, Practices, and Tax Minimization. *Journal of Tax Executive Institute (TEI)*.
- Refgia, Thesa. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Kurniawan, Anang Mury. 2015. *Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sari, Diana. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Lo, W. Y. A., Raymond, M.K W., and Micheal F. 2010. Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing behavior of Chinese-Listed Companies. *Journal of the American Taxation Association*. Vol. 32. No. 2.
- SeputarPengetahuan.co.id. 2020. Akuntansi : Pengertian, Sejarah, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Jenis Bidanganya. Diambil dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/05/akuntansi>.

- [html](#). Diakses pada tanggal 1 Juni 2020.
- Soetedjo, Rizky Drivina dan Jayengsari. 2013. Pengaruh Good Corporate Governance, Kualitas Audit, Kompensasi Bonus, Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 16*. Manado
- Suandy, Erly. 2014. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuniasih, Ni Wayan, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma. 2012. Pengaruh Pajak dan Tunneling incentive pada Keputusan Transfer pricing. *Simposium Nasional Akuntansi* Vol 15.
- _____.Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor 32 Tahun 2011 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak Dengan Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa.
- _____.Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 15 Tahun (Revisi 2013) tentang Investasi pada Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama.
- _____.Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 7 Tahun (Revisi 2013) tentang Pengungkapan Pihak-Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa.
- _____.*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- _____.*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan (PPh)*.