

**PENGARUH TUNNELING INCENTIVE, MEKANISME BONUS,  
LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MELAKUKAN TRANSFER PRICING**

**(Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**SYAHHANUM**

**NIM 0502173511**

**Program Studi**

**Akuntansi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

**PENGARUH TUNNELING INCENTIVE, MEKANISME BONUS,  
LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MELAKUKAN TRANSFER PRICING**

**(Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara

**Oleh:**

**SYAHHANUM**

**NIM 0502173511**

**Program Studi**

**Akuntansi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahhanum  
NIM : 0502173511  
Tempat, Tanggal Lahir : Dahari Selebar, 26 Juli 1998  
Alamat : Jl. Kongsu Dusun III A Desa Marindal 1,  
Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang,  
Provinsi Sumatera Utara

Menyatakan bahwa **Skripsi** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan judul : **“PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, *MEKANISME BONUS*, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING* (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)”** adalah hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **klaim** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Medan, Juni 2021

Pembuat Pernyataan

**Syahhanum**

**NIM. 0502173511**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME BONUS,  
*LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
MELAKUKAN *TRANSFER PRICING***

**(STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN  
KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE  
2015-2019)**

Oleh:

**Syahhanum**

**NIM. 0502173511**

Dapat Disetujui Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Akuntansi (S. Akun) Pada Program Studi Akuntansi Syariah

Medan, Juni 2021

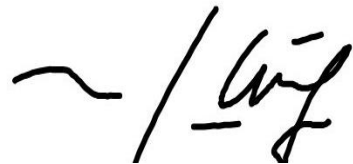
Pembimbing I:



**Dr. Fauzi Arif Lubis, MA**

**NIP. 19841224 201503 1 004**

Pembimbing II



**Arnida Wahyuni, S.E., M.Si**

**NIP. 1100000089**

Mengetahui, Ketua Jurusan

Akuntansi syariah



**Dr. Hj. Yenni Samri J Nst, MA**

**NIP. 19790701 200912 2 003**

## PENGESAHAN

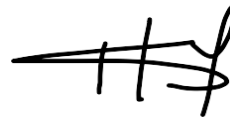
Skripsi berjudul “**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME BONUS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN *TRANSFER PICING* (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)**” an. Syahhanum, NIM. 0502173511 Prodi Akuntansi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 03 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada prodi Akuntansi Syariah.

Medan, 03 Agustus 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Prodi Akuntansi Syariah UIN-SU  
Sekretaris

Ketua,



**Dr. Hj. Yenni Samri J Nst, MA**  
NIDN. 2001077903



**Hendra Harmain, SE. M.Pd**  
NIDN. 2010057302

Anggota

Pembimbing I



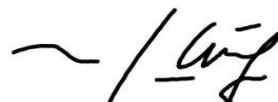
**Dr. Fauzi Arif Lubis, MA**  
NIDN. 2024128401

Penguji I



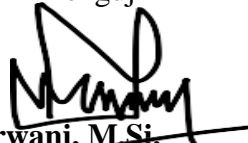
**Dr. Hj. Yenni Samri J Nst, MA**  
NIDN. 2001077903

Pembimbing II



**Arnida Wahyuni Lubis, SE. M.Si**  
NIDN. 2016068403

Penguji II



**Nurwani, M.Si**  
NIDN. 0126038901

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara Medan

**Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag**  
NIDN. 2023047602

## ABSTRAK

Syahhanum (2021) NIM 0502173511. Dengan judul penelitian **Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**. Dibawah bimbingan Bapak **Dr. Fauzi Arif Lubis, MA** sebagai Pembimbing Skripsi I dan Ibu **Arnida Wahyuni, S.E., M.S.i** sebagai Pembimbing Skripsi II.

Perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan di berbagai negara dengan tingkat pajak yang berbeda di setiap negara, menggunakan harga transfer untuk memindahkan biaya ke negara yang berpajak tinggi di mana hal tersebut dapat meminimalkan pembayaran pajak dan memindahkan pendapatan ke negara-negara yang berpajak rendah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 yang berjumlah 80 perusahaan dan sampel berjumlah 9 perusahaan yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan yakni regresi data panel dengan bantuan program statistik *eviews 9.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Secara simultan diperoleh bahwa *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi *transfer pricing*. Kemampuan prediksi dari variabel independen tersebut terhadap *transfer pricing* sebesar 36,53% sedangkan sisanya 63,47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

**Kata Kunci:** *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Transfer Pricing*.

## KATA PENGANTAR

### BISMILLAHIRRAHMAANIRRAHIM....

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Tunneling Incentive*, mekanisme Bonus, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)” telah penulis selesaikan dengan segenap kemampuan penulis dan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan pada baginda Rasulullah SAW beserta seluruh keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah menuntun kita semua dari kebodohan menuju jalan yang terang benderang.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak pihak yang memberikan bimbingan, petunjuk, arahan, semangat, dan motivasi kepada penulis untuk dapat bias menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa untuk ayahanda dan ibunda tercinta yang tiada henti-hentinya memberi dukungan dan dorongan penulis dalam menyelesaikan studi ini. Dengan doa dan restu yang tercurahkan setiap waktu sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, kiranya Allah SWT membalas jasa-jasanya dengan segala keberkahan.
2. Bapak Prof. Dr. H Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri J Nst, MA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak hendra Harmain, SE. M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Dosen-dosen yang mengajar yang memberikan banyak ilmu, motivasi dan masukan kepada penulis selama ini.
7. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA selaku pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar juga dengan penuh kesabaran sehingga meluangkan waktu bapak untuk penulis.
8. Ibu Arnida Wahyuni Lubis, S.E., M.Si, selaku pembimbing II yang turut serta membantu dan memberikan kelancaran atau solusi dalam masa bimbingan.
9. Untuk abang, kakak, dan adik tersayang yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan stambuk 2017 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkhusus kepada AKS-G yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Penulis berharap segala pelajaran dan ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan ini akan berguna ketika memasuki dunia pekerjaan.

Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, serta bagi para pembaca pada umumnya.

Aamiin Ya Rabbal'alamin....



Medan, Juni 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Syahhanum'.

**Syahhanum**

**NIM. 0502173511**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Teori Keagenan .....	13
2. Teori Akuntansi Positif .....	14
3. Tunneling Incentive .....	16
a. Definisi Tunneling Incentive.....	16
b. Bentuk-Bentuk Tunneling.....	17
c. Pihak-Pihak Berelasi .....	17

4. Mekanisme Bonus .....	19
5. Leverage .....	21
6. Ukuran Perusahaan.....	23
7. Transfer Pricing.....	25
a. Definisi Transfer Pricing.....	25
b. Transfer Pricing Dalam Perspektif Hukum Islam.....	26
c. Tujuan Transfer Pricing .....	28
d. Transfer Pricing Menurut Perpajakan .....	29
e. Kegunaan Transfer Pricing Pada Perusahaan Multinasional .....	30
f. Metode Penentuan Harga Transfer.....	31
B. Penelitian Terdahulu .....	36
C. Kerangka Teoritis.....	42
D. Hubungan Antar Variabel .....	42
1. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	42
2. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	43
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	44
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	44
E. Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	47
B. Waktu dan Tempat .....	47
C. Populasi dan Sampel .....	47
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	48
D. Definisi Operasional Variabel.....	50
E. Jenis dan Sumber Data .....	52

F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	53
1. Penentuan Model Estimasi.....	54
a. Common Effect Model.....	54
b. Fixed Effect Model .....	54
c. Random Effect Model .....	54
2. Pengujian Model .....	55
a. Uji Chow .....	55
b. Uji Hausman .....	55
c. Uji Lagrange Multiplier .....	55
3. Uji Asumsi Klasik .....	56
a. Uji Normalitas .....	56
b. Uji Multikolinearitas .....	56
c. Uji Heteroskedastisitas.....	57
d. Uji Autokorelasi .....	57
4. Analisis Regresi Data Panel .....	58
5. Uji Hipotesis .....	59
a. Uji t .....	59
b. Uji F .....	59
c. Analisis Koefisien Determinasi (R Square) .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	61
B. Hasil Penelitian .....	64
1. Penentuan Metode Estimasi Data Panel.....	64
a. Uji <i>Chow</i> .....	64
b. Uji <i>Hausman</i> .....	65
c. Uji <i>Lagrange Multiplier</i> (LM) .....	66
2. Uji Aumsi Klasik .....	66
a. Uji Normalitas .....	67
b. Uji Multikolinearitas .....	67

c. Uji Heteroskedastisitas.....	68
d. Uji Autokorelasi.....	69
3. Analisis Regresi Data Panel.....	71
4. Uji Hipotesis .....	73
a. Uji Parsial (Uji t).....	73
b. Uji Simultan (Uji F).....	76
c. Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ).....	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	77
1. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	77
2. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	78
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	79
4. Pengaruh Ukuran perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .....	79
5. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Terhadap Keputusan Melakukan <i>Transfer pricing</i> .....	80
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

### Tabel

1	Penelitian terdahulu.....	36
2	Kriteria penentuan sampel.....	49
3	Daftar sampel perusahaan .....	50
4	Operasional variabel penelitian.....	51
5	Uji <i>chow</i> .....	64
6	Uji <i>Hausman</i> .....	65
7	Uji <i>Lagrange Multiplier</i> .....	66
8	Uji Multikolinearitas .....	68
9	Uji Heteroskedastisitas.....	68
10	Uji Atokorelasi.....	69
11	Uji Autokorelasi.....	70
12	Hasil Analisis Regresi Data Panel Model Random .....	71
13	Tabel Hubungan Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen .....	77

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1	Kerangka teoritis .....	42
2	Uji Normalitas .....	67
3	Skema Autokorelasi .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perhitungan Variabel <i>Tunneling Incentive</i> Periode 2015-2019.....	90
Lampiran 2 Perhitungan Variabel Mekanisme Bonus Periode 2015-2019.....	91
Lampiran 3 Perhitungan Variabel <i>Leverage</i> Periode 2015-2019.....	92
Lampiran 4 Perhitungan Variabel Ukuran Perusahaan Periode 2015-2019 .....	94
Lampiran 5 Perhitungan Variabel <i>Transfer Pricing</i> Periode 2015-2019.....	95
Lampiran 6 <i>Output</i> Hasil Penelitian Data .....	97
Lampiran 7 Tabel-t.....	102
Lampiran 8 Tabel-F.....	103
Lampiran 9 Tabel Durbin-Watson .....	104



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam era perekonomian yang telah mendunia ini, *transfer pricing* telah menjadi isu utama baik bagi wajib pajak maupun otoritas pajak di berbagai negara. Hal ini dapat dilihat dengan diaturnya ketentuan *transfer pricing* di beberapa negara.<sup>1</sup> Kerugian yang ditimbulkan oleh aktivitas manipulasi *transfer pricing* telah mendorong ditetapkannya ketentuan atau peraturan yang baru maupun revisi dari ketentuan transfer pricing yang sebelumnya telah ada. Otoritas pajak di mayoritas negara di dunia juga kini semakin giat menambah jumlah staf untuk keperluan *transfer pricing*, melakukan reorganisasi, serta meningkatkan kapabilitas mereka.<sup>2</sup>

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam pasal 18 Undang-Undang RI Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat 3 UU PPh menerangkan bahwa Direktur Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajiban dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya. Yang kemudian di revisi dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011.<sup>3</sup>

Tujuan dilakukan *transfer pricing* jika dilihat dari sisi hukum perseroan, *transfer pricing* dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara perusahaan dengan pemegang sahamnya. Tetapi kebijakan

---

<sup>1</sup> Darussalam, Danny Septriadi, dan B. Bawono Kristiaji, *Transfer Pricing: Ide, Strategi, dan Panduan Praktis Dalam Perspektif Pajak Internasional*, (Jakarta: Danny Darussalam Tax Center, 2013), h. 4.

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 7.

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008.

*transfer pricing* suatu perusahaan juga harus melindungi hak pemegang saham minoritas dan kreditur dari perlakuan yang dapat merugikan. Sedangkan jika dilihat dari sisi akuntansi manajerial, *transfer pricing* dapat digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dengan unit organisasi lainnya dalam lingkup perusahaan yang sama.<sup>4</sup>

Organisasi bisnis tujuan yang paling utama dibentuk untuk mencari laba sebesar-besarnya. Untuk mencari laba yang tinggi ada pihak lain dikorbankan. Perusahaan-perusahaan asing pada umumnya meningkatkan laba dengan jalan menghindari pajak di negara di mana mereka melakukan investasi melalui sistem harga *transfer*. Dengan cara tersebut perusahaan asing meningkatkan laba di negerinya dan menghindari pajak di negara di mana mereka melakukan kegiatan bisnis.<sup>5</sup>

Hukum pajak secara signifikan mempengaruhi penentuan harga *transfer*. Suatu perusahaan dengan cabang di luar negeri, di mana tarif pajaknya rendah, sering kali mencoba untuk menetapkan harga *transfer* yang tinggi untuk bahan yang dikirimkan ke fasilitas domestik guna menahan labanya di luar negeri. Suatu perusahaan dengan gudang di suatu negara bagian dengan pajak persediaan mungkin menetapkan harga *transfer* yang rendah atas barang yang dibawa ke negara bagian tersebut guna mengurangi tagihan pajaknya.<sup>6</sup>

Ketika suatu divisi perusahaan yang memproduksi produk yang juga dapat digunakan oleh divisi lain, maka penetapan harga *transfer* muncul. Harga *transfer* merupakan pendapatan bagi divisi penjual dan biaya bagi divisi pembeli. Perusahaan multinasional dapat menggunakan harga *transfer* dalam evaluasi kinerja. Perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan di berbagai negara dengan tingkat pajak yang berbeda di setiap negara, menggunakan harga *transfer* untuk memindahkan biaya ke negara yang

---

<sup>4</sup> Darussalam, Danny Septriadi, dan B.Bawono Kristiaji, Op.Cit, h. 8.

<sup>5</sup> Dewi Utari, Ari Purwanti, dan Darsono Prawironegoro, *Akuntansi Manajemen (Pendekatan Praktis)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h. 257.

<sup>6</sup> William K Carter, *Akuntansi Biaya, Terj. Krista*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 536.

berpajak tinggi di mana hal tersebut dapat meminimalkan pembayaran pajak dan memindahkan pendapatan ke negara-negara yang berpajak rendah.<sup>7</sup>

*Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik berupa barang, jasa, harta tak berwujud ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. *Intra company transfer pricing* adalah konsep harga *transfer* antar divisi dalam satu perusahaan sedangkan *inter company transfer pricing* adalah konsep harga *transfer* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya dengan menggunakan harga *transfer* bisa dilakukan dua perusahaan atau lebih yang berelasi dalam satu negara (harga transfer domestik), maupun antar negara yang berbeda (harga transfer internasional).<sup>8</sup>

Fenomena praktik *transfer pricing* ini menimbulkan permasalahan dan merugikan beberapa pihak, karena Indonesia sendiri mengandalkan pajak dalam APBNnya.

Kasus yang berkaitan dengan *transfer pricing* menimpa Google di Inggris, Starbucks Inggris, Amazon Inggris, dan lain-lain. Starbucks Inggris contohnya, pada tahun 2011 sama sekali tidak membayar pajak korporasi padahal berhasil mencetak penjualan sebesar £398 juta. Selain itu mereka juga mengaku rugi sejak tahun 2008, dengan jumlah kerugiannya mencapai £112 juta atau sekitar Rp1,7 triliun. Padahal dalam laporan kepada investornya di Amerika Serikat, Starbucks mengatakan bahwa mereka memperoleh keuntungan yang besar di Inggris, bahkan penjualannya selama 3 tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar atau sekitar Rp18 triliun. Dengan kerugian ini, Starbucks Inggris tidak pernah membayar pajak korporasi. Bahkan selama 14 tahun beroperasi di Inggris, Starbucks hanya membayar pajak sebesar £8,6 juta. Kemudian Google Inggris pada tahun 2011 juga berhasil mencatat

---

<sup>7</sup> Don R. Hansen dan Maryanne M Mowen, *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 891.

<sup>8</sup> Hani Sri Mulyani et al., "Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate," dalam *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 20, no. 2 (2020): 171–181 h. 171.

pendapatan sebesar £398 juta, tetapi hanya membayar pajak sebesar £6 juta. Dan Amazon Inggris, di mana mereka berhasil melakukan penjualan di Inggris sebesar £3,35 miliar selama tahun 2011 tetapi hanya membayar pajak sebesar £1,5 juta.<sup>9</sup>

Kasus yang berkaitan dengan praktik *transfer pricing* di Indonesia terjadi pada PT Toyota Motor Manufacturing. Praktik *transfer pricing* Toyota di Indonesia diketahui setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing 2005. Dan pajak pada tahun 2007 dan 2008 juga ikut diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun tersebut, dan meminta negara mengembalikan kelebihan pembayaran tersebut (restitusi).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan sudah lama mencurigai Toyota Motor Manufacturing memanfaatkan transaksi antar-perusahaan terafiliasi di dalam dan luar negeri untuk menghindari pembayaran pajak atau dikenal dengan *transfer pricing*. Ribuan mobil produksi Toyota Manufacturing Indonesia di ekspor ke luar negeri dari pelabuhan Tanjung Priok, Jakarta Utara. Nilai ekspor ini di bawah harga penjualan, hal ini diduga perusahaan tersebut melakukan praktik *transfer pricing*.

Tahun 2003 Toyota melakukan restrukturisasi mendasar yang sebelumnya semua lini bisnis produksi dan distribusi dilakukan di bawah PT Toyota Astra Motor. Dengan saham sebesar 51 persen dimiliki oleh PT Astra Internasional Tbk dan 49 persen saham dimiliki oleh Toyota Motor Corporation Jepang.

Pada tahun 2003, Astra menjual sebagian besar sahamnya di Toyota Astra Motor kepada Toyota Corporation Jepang. Alasannya, Astra mempunyai utang jatuh tempoh yang tidak bisa ditangguhkan lagi yang kemudian Toyota Jepang menguasai 95 persen saham Toyota Astra Motor. Nama perusahaan

---

<sup>9</sup> Hadi Setiawan, "Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara," [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id). Diunduh pada tanggal Desember 2, 2020.

berubah menjadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Dan untuk menjalankan fungsi distribusi di pasar domestik, Astra dan Toyota Motor Corporation Jepang kemudian mendirikan perusahaan agen tunggal pemegang merek dengan nama lama yaitu Toyota Astra Motor (TAM). Pada saham ini Astra menjadi pemegang saham mayoritas dengan menguasai 51 persen saham dan sisanya dimiliki oleh Toyota Motor Corporation Jepang. Setelah restrukturisasi laba gabungan kedua perusahaan Toyota menjadi anjlok. Menurunnya keuntungan Toyota membuat setoran pajaknya pada pemerintah juga berkurang yang sebelumnya perusahaan membayar pajak sampai setengah triliun rupiah. Pada tahun 2004, pasca restrukturisasi kedua perusahaan Toyota (TMMIN dan TAM) hanya membayar pajak Rp 168 miliar.

Tetapi meskipun laba turun, omzet produksi dan penjualan mereka pada tahun tersebut justru naik 40 persen. Dari pemeriksaan SPT Toyota pada tahun 2005, petugas pajak menemukan sejumlah kejanggalan yaitu pada tahun 2004 laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30 persen dari Rp 1,5 triliun (2003) menjadi Rp 950 miliar. Selain itu rasio gross margin atau perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut. Dari sebelumnya 14,59 persen (2003) menjadi 6,58 persen (2004). Pemeriksa pajak menemukan jawabannya ketika memeriksa struktur harga penjualan dan biaya Toyota lebih seksama. Di sinilah jejak *transfer pricing* perseroan ini mulai tercium. Toyota diduga memainkan harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti secara tidak wajar.<sup>10</sup> Setelah sidang ditutup, keputusan atas sengketa ini kini berada di tangan majelis hakim pengadilan pajak. Tetapi meskipun sidang telah usai, namun kasus ini belum ada kejelasan kapan akan diputus. Sengketa pajak antara Ditjen Pajak dengan

---

<sup>10</sup> <https://investigasi.tempo.co/toyota/>

produsen mobil asal Jepang ini juga terjadi untuk tahun pajak 2005 dan 2007 hingga kini belum juga diputus, walaupun sidangnya telah lama berakhir.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian diatas memperlihatkan bahwa praktik *transfer pricing* digunakan sebagai alasan untuk memperoleh atau meningkatkna laba dengan jalan mengurangi pembayaran pajak. Ada beberapa faktor yang mendasari keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* seperti *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, serta ukuran perusahaan. Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai masalah *transfer pricing* dan berbagai macam kesimpulan yang beragam.

Salah satu keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan laba demi keuntungan mereka sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas yang ikut menanggung biaya yang muncul. Pemegang saham mayoritas memperoleh keuntungan melalui kontrol kebijakan operasi perusahaan seperti deviden, bonus, gaji, dan tunjangan. Bisa dikatakan perusahaan akan melakukan hal yang dapat mengurangi pembayaran pajak. Kebijakan *tunneling* berhubungan erat dengan kepemilikan saham pada perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Ella Yuniar Rahmawati (2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pipit Kusuma Wardani (2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Selain *tunneling incenive*, mekanisme bonus juga salah satu faktor dalam menentukan keputusan melakukan *transfer pricing*. Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan bonus melalui RUPS kepada anggota

---

<sup>11</sup>Umar Idris, "Sengketa Pajak Toyota Motor Menanti Palu Hakim," <https://amp.kontan.co.id/news/sengketa-pajak-toyota-motor-menanti-palu-hakim>.

direksi yang besarnya bonus yang diberikan oleh pemilik atau pemegang saham tergantung dengan kinerja baik setiap tahun dalam memperoleh laba perusahaan. Bonus yang diberikan tergantung dengan besarnya laba yang diperoleh. Mekanisme bonus berdasarkan besarnya laba akan membuat direksi berupaya untuk melakukan manipulasi laba bahkan juga dilakukan manipulasi laba bersih dengan tujuan memaksimalkan bonus yang diterima.<sup>12</sup>

Penelitian sebelumnya dengan variabel mekanisme bonus telah dilakukan oleh Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan Gusti Ayu Rai Surya Saraswati (2017) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Faktor lain yaitu *leverage*, rasio *leverage* (pembelanjaan dengan hutang dan pelunasannya) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana pembelanjaan dilakukan dengan hutang yang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga dan beban tetap lainnya.<sup>13</sup> *Leverage* adalah rasio yang menunjukkan besarnya utang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya. Penambahan jumlah utang yang dimiliki perusahaan akan menimbulkan beban bunga yang harus dibayar perusahaan. Komponen beban bunga akan mengurangi laba sebelum kena pajak perusahaan, sehingga beban pajak yang harus dibayar perusahaan akan berkurang. Perusahaan multinasional biasanya membiayai anak perusahaannya dengan *transfer* utang atau modal ekuitas. *Transfer* utang atau modal ekuitas didorong oleh kesempatan arbitrase pajak, dengan demikian perusahaan yang terlibat dalam penempatan utang yang selektif demi kepentingan pajak menjadi lebih agresif dalam tindakan *transfer pricing*.

---

<sup>12</sup> Ella Yuniar Rahmawati, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016)" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2018), h. 4-5.

<sup>13</sup> Arief Sugiono dan Edy Untung, *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h. 57.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pipit Kusuma Wardani (2018), Anisa Sheirina Cahyadi (2018), Bela Pratiwi (2018), dan Machfirah Aprilia Rezky, menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Devi Kumala Sari menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan juga merupakan faktor dalam keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Menurut Rego (2003) dalam Machfirah, Perusahaan yang besar biasanya memperoleh laba lebih banyak dan relatif stabil dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memperoleh laba lebih sedikit, serta perusahaan besar cenderung terlibat dalam aktifitas bisnis dan transaksi keuangan yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, sehingga memberikan kesempatan tambahan untuk menghindari pajak. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak, dan memiliki sumber daya dan insentif untuk mengurangi utang pajak perusahaan.<sup>14</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* sedangkan dalam penelitian Dea Cheisa Rosita (2020) menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan sektor industri dasar dan kimia bertujuan untuk memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti

---

<sup>14</sup> Machfirah Aprilia Rezky dan Fachrizal. "Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Multinationality terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014," dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 3, no. 3 (2018), h. 403-404.



melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*”.**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Skema *transfer pricing* yang digunakan untuk tujuan penghindaran pajak.
2. Masih lemahnya perlindungan bagi pemegang saham minoritas yang mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan bagi pemegang saham minoritas yang ikut menanggung beban yang dikeluarkan.
3. Penerimaan bonus yang besar dapat mempengaruhi direksi atau manajer dalam memaksimalkan laba bersih perusahaan.
4. Perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi memilih untuk melakukan kebijakan yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi dengan menggunakan *transfer pricing*.
5. Masih banyak perusahaan multinasional yang dengan sengaja melakukan kecurangan-kecurangan dalam memenuhi pajaknya agar berkurangnya pembayaran pajak.
6. Perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, mendorong perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* guna mengurangi pembayaran pajak.
7. Pendapatan pajak Negara dirugikan karena pajak penghasilan atas akuisisi atau adanya hubungan istimewa yang dimiliki perusahaan multinasional menjadi berkurang.
8. Terdapat berbagai kesimpulan yang beragam yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu terhadap variabel dalam penelitian ini.

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini mempunyai batasan masalah tertentu yaitu perusahaan yang di teliti adalah perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan dari tahun 2015-

2019. Dalam penelitian ini untuk variabel independen yang di teliti adalah *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan 5 proxy yaitu *tunneling incentive* menggunakan jumlah persentase kepemilikan saham yang terbesar dari semua jumlah saham yang beredar. Mekanisme bonus menggunakan Indeks Trend Laba bersih (ITRENDLB). *Leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), ukuran perusahaan menggunakan Log dari total aset dan *transfer pricing* menggunakan persentase piutang berelasi dari total piutang yang ada.

#### **D. Rumusan Penelitian**

1. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
5. Apakah *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

## **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi ilmiah bagi penelitian lain yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini yaitu pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
  - b. Bagi para akademisi dan para peneliti dapat memberikan pandangan dan wawasan terhadap pelaksanaan *transfer pricing* dan memperoleh gambaran pokok tentang masalah yang ada dari objek penelitian dan membandingkan dengan teori-teori yang diperoleh.
2. Manfaat Praktis
  - a. Regulator, dalam hal ini adalah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan mempengaruhi atau tidak mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

- b. Eksekutif Perusahaan, sebagai bahan tinjauan yang diharapkan dapat dijadikan informasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong kebijakan manajemen dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*. Sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika dalam berbisnis.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Landasan Teori

##### 1. Teori Keagenan

Teori keagenan adalah teori yang terjadi pada saat adanya hubungan antara dua pihak yang saling terikat, dimana kedua belah pihak sepakat untuk memakai jasa. Teori keagenan menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan kontrak antara pemegang sumber daya. Pemegang saham memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi pemegang saham. Jika kedua belah pihak memiliki hubungan untuk memaksimalkan utilitas artinya alasan yang baik untuk percaya kepada agen bahwa akan selalu bertindak terbaik untuk kepentingan principal. Principal juga dapat membatasi tindakan agen dengan memberikan insentif sesuai perilaku agen dan menimbulkan biaya untuk memantau dalam membatasi kegiatan agen yang menyimpang.<sup>15</sup>

Teori keagenan berpendapat bahwa pemegang saham mensyaratkan perlindungan dengan adanya pemisahan jabatan antara dewan komisaris dan direktur. Dalam perusahaan modern konflik keagenan terjadi ketika kepemilikan terbesar secara luas dimana tindakan manajerial diarahkan untuk memaksimalkan pengembalian pemilik saham.<sup>16</sup>

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan konflik keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) dan memberikan wewenang kepada pihak *agent* untuk membuat keputusan yang berpihak pada kepentingan *principal*. Dalam *theory of the firm*, perusahaan dianggap sebagai “*black box*” yang

---

<sup>15</sup> Tika Nurlita, “Pengaruh Debt Covenant, Tunneling Incentive, Dan Intangible Assets Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016)” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Hidayatullah, 2018), h. 4.

<sup>16</sup> Syarifah Rahmawati, *Konflik Keagenan Dan Tata Kelola Perusahaan di Indonesia*, (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2017), h. 12.

dijalankan untuk mempertemukan kondisi marginal dari input menjadi output dalam memaksimalkan keuntungan atau nilai sekarang.<sup>17</sup>

*Agency problem* (masalah keagenan) terjadi sebagai akibat dari perbedaan orientasi atau tujuan dari dua pihak yang berkepentingan, yaitu manajemen di satu pihak dan pemegang saham di pihak yang lain. Pihak manajemen dalam hal ini bertindak sebagai agen dari pemegang saham untuk mengelola perusahaan. Pihak pemegang saham (*stockholders*) dalam hal ini bertindak sebagai *principal* atau *owners* (pemilik) perusahaan yang memercayakan pengelolaan perusahaan kepada manajemen (*agent*). *Agent* atau manajer dalam hal ini adalah pimpinan perusahaan (*Board of Directors*) yang dapat mengambil keputusan-keputusan strategis perusahaan.<sup>18</sup>

## 2. Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif yang mana tujuan yang paling utama dari pendekatan akuntansi positif adalah untuk menerangkan dan memperhitungkan pilihan standar oleh pihak manajemen dengan menjabarkan biaya dan manfaat pengungkapan keuangan tertentu dalam hubungannya dengan berbagai individu dan alokasi sumber daya dalam perekonomian. Teori positif didasari pada asumsi bahwa manajer, pemegang saham, dan regulator atau politisi adalah logis dan berusaha untuk memaksimalkan utilitas mereka, yang secara langsung berkaitan dengan imbalan atau bonus, sehingga terkait dengan kesejahteraan yang diperoleh.<sup>19</sup>

Teori ini mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu:

### a. Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypotesis*)

---

<sup>17</sup> *Ibid.* h. 7.

<sup>18</sup> Mokhammad Anwar, *Dasar-Dasar Manajemen keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 8-9.

<sup>19</sup> Ahmed Riahi Belkaoui, *Teori akuntansi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 108.

Para manajer perusahaan dengan rencana bonus akan lebih memungkinkan untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode yang akan datang ke periode sekarang atau dikenal dengan istilah *income smoothing*. Dengan hipotesis tersebut apabila manajer dalam system penggajiannya sangat tergantung pada bonus akan cenderung untuk memilih metode akuntansi yang dapat memaksimalkan gajinya.

b. Hipotesis Perjanjian Hutang (*The Debt Covenant Hypotesis*)

Manajer perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang besar akan lebih suka memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba periode mendatang ke periode sekarang. Dengan memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode sekarang maka perusahaan akan memiliki rasio *leverage* yang kecil. Alasannya adalah laba yang dilaporkan akan meningkat dan menurunkan kelalaian teknis.

c. Hipotesis Biaya Politik (*The Political Cost Hypotesis*)

Semakin besar biaya politik perusahaan, maka semakin mungkin manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi yang menangguhkan pelaporan laba periode sekarang ke periode mendatang. Hipotesis ini berdasarkan asumsi bahwa perusahaan dengan biaya politik yang besar lebih selektif dalam hubungannya untuk mentransfer kemakmuran yang mungkin lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang biaya politiknya kecil. Artinya perusahaan besar cenderung lebih suka menurunkan atau mengurangi laba untuk mengurangi pembayaran pajak.

Tiga hipotesis tersebut menunjukkan bahwa teori akuntansi positif mengakui adanya tiga hubungan keagenan, yaitu:

- 1) Hubungan antara manajemen dengan pemilik,
- 2) Hubungan antara manajemen dengan kreditur,

3) Hubungan antara manajemen dengan pemerintah.<sup>20</sup>

### 3. *Tunneling Incentive*

#### a. Definisi *Tunneling Incentive*

Konflik kepentingan antara pemegang saham pengendali (manajer) dan pemegang saham minoritas ketika terjadi kepemilikan saham pada satu pihak menjadi terfokus. Konflik ini merujuk pada keinginan pemegang saham pengendali atau manajer untuk menggali keuntungan yang diterima dari sumber daya atau kekayaan perusahaan dan kurang tertarik untuk mencapai investasi yang menguntungkan. Pengambilan keuntungan oleh pemegang saham pengendali yang dibebankan pada pemegang saham minoritas dikenal dengan istilah *tunneling*. *Tunneling* adalah suatu pihak (pemegang saham pengendali) mencari cara untuk mengambil keuntungan tanpa diketahui oleh pemegang saham minoritas yang dikenal dengan sebutan *adverse selection* atau seleksi yang merugikan atau buruk.<sup>21</sup>

Keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham mayoritas merupakan keuntungan yang bathil karena cara mendapatkan keuntungan tersebut merugikan pihak lain yaitu pemegang saham minoritas. Sebagaimana firman Allah dalam Al-quran surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا {29}

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu sering memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu”.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Tika Nurlita, Op. Cit, h. 18-19.

<sup>21</sup> Syarifah Rahmawati, Op. Cit, h. 13.

<sup>22</sup> Q.S. An-Nisa (4): 29.



b. Bentuk-Bentuk *Tunneling*

Sebagian besar transaksi pihak berelasi dapat digunakan untuk tujuan efisiensi, akan tetapi pada kondisi tertentu transaksi pihak berelasi dapat memungkinkan pemegang saham pengendali atau eksekutif perusahaan untuk mengambil keuntungan pribadi dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas. Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa transaksi pihak berelasi dapat digunakan untuk tujuan oportunistik, yaitu untuk memindahkan sumberdaya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas atau *tunneling*.

Menurut Johnson et. al., membagi *tunneling* menjadi 2 tipe:

- 1) Pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan untuk kepentingannya melalui transaksi *self-dealing*, baik berupa transaksi *illegal/ fraud* yang seringkali tidak terdeteksi maupun penjualan *asset* melalui kontrak seperti *transfer pricing* yang menguntungkan pemegang saham pengendali, kompensasi eksekutif yang berlebihan, garansi pinjaman, ekspropriasi pada kesempatan perusahaan, dsb.
- 2) Pemegang saham pengendali dapat meningkatkan kepemilikan pada perusahaan tanpa memberikan atau *transfer asset* melalui *dilutive share issues, minority freeze-outs, insider trading, creeping acquisitions* dan transaksi lain yang merugikan pemegang saham non-pengendali atau pemegang saham minoritas.<sup>23</sup>

c. Pihak-Pihak Berelasi

Pihak-pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas tertentu dalam menyiapkan laporan keuangannya (entitas

---

<sup>23</sup> Ratna Chandra Sari dan Sugiharto, *Tunneling dan Corporate Governance*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press, 2014), h. 28.

pelapor). Transaksi pihak-pihak berelasi adalah suatu pengalihan sumber daya, jasa atau kewajiban antara entitas pelapor dengan pihak-pihak yang berelasi, terlepas apakah ada harga yang dibebankan.<sup>24</sup>

Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa terdiri dari pengalihan sumber daya atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan, pengalihan sumber daya ini termasuk pula transaksi berdasarkan harga wajar.

Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa merupakan hal yang biasa dalam perdagangan dan usaha. Banyak perusahaan menjalankan bagian aktivitas mereka secara terpisah melalui anak perusahaan, perusahaan asosiasi, usaha patungan (*joint venture*) dan lainnya. Terkadang, pihak-pihak ini melakukan transaksi dengan kondisi dan harga yang tidak umum.

Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pengalihan sumber daya, jasa, atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan apakah harga suatu diperhitungkan.<sup>25</sup>

PSAK 15 (revisi 2009) paragraf 3 menjelaskan bahwa:

Jika investor memiliki secara langsung maupun tidak langsung (misalnya melalui entitas anak), 20% atau lebih hak suara *investee*, maka investor dianggap memiliki pengaruh signifikan, kecuali dapat dibuktikan dengan jelas bahwa entitas tidak memiliki pengaruh signifikan.

Sebaliknya, jika investor memiliki, secara langsung maupun tidak langsung (misalnya melalui entitas anak), kurang dari 20% hak suara

---

<sup>24</sup> Wirawan B Ilyas dan Diaz Priantara, *Akuntansi Perpajakan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h. 96.

<sup>25</sup> Hennie Van Greuning, *Standar Pelaporan Keuangan Internasional: Pedoman Praktis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), h. 336-337.

*investee*, maka investor dianggap tidak memiliki pengaruh signifikan kecuali pengaruh signifikan tersebut dapat dibuktikan dengan jelas. Kepemilikan substansial atau mayoritas oleh investor lain tidak menghalangi investor untuk memiliki pengaruh signifikan.<sup>26</sup>

Tunneling incentive diproksikan dengan persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai saham pengendali oleh perusahaan asing. Hal ini didasarkan pada PSAK No. 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih. Pengukuran variabel ini dilakukan dengan skala rasio, dengan rumus yaitu:

$$\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}^{27}$$

#### 4. Mekanisme Bonus

Skema bonus direksi adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja yang baik setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba. Ketika perusahaan memberikan kompensasi bonus maka manajer akan memilih metode akuntansi tertentu untuk melakukan praktik manajemen laba sehingga dapat memaksimalkan bonus yang akan diperoleh. Dalam memberikan kompensasi bonus kepada direksi atau manajer didasarkan pada besarnya laba yang diperoleh, untuk itu logis jika direksi memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

<sup>26</sup> Sukarnen Suwanto, *Venture Bersama (Joint Venture) panduan Akuntansi PSAK 12 (Revisi 2009)/ IAS 31 dan Interaksinya dengan Standar Akuntansi lainnya*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 75.

<sup>27</sup> Tria Melani, "Pengaruh Tax Minimization, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan melakukan Transfer Pricing" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016), h. 54.

Dapat dilihat bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan atau *reward* kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Karena sebagai akibat dari adanya praktik transfer pricing maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Ada 2 sumber pendanaan bonus yaitu laba SBU (*strategic Business Unit*) dan sumber perusahaan secara keseluruhan yang berdasarkan total laba perusahaan. Jadi semakin tinggi laba yang diperoleh maka semakin baik pula kinerja manajemen perusahaan tersebut sehingga semakin besar pula bonus yang diberikan manajemen perusahaan khususnya dewan direksi. Dalam pembayaran bonus ada dua cara yang sering digunakan yaitu yang pertama dapat berupa pemberian secara tunai biasanya diberikan melalui remunerasi maupun pemberian harta lain seperti fasilitas rumah, kendaraan dan lain sebagainya. Yang kedua pemberian saham yang berupa saham biasa.<sup>28</sup>

Untuk variabel mekanisme bonus diukur dengan perhitungan indeks trend laba bersih (ITRENDLB) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Laba bersih tahun } t}{\text{Laba bersih tahun } t-1} \times 100\%$$

Islam mengajarkan untuk berbuat baik sesuai dengan ajaran Allah dan rasulnya dan menaati ulil amri (pemegang kekuasaan). Setiap perbuatan baik atau buruk akan dipertanggungjawabkan kelak dihadapan Allah. Oleh sebab itu kita harus senantiasa melakukan perbuatan baik dan menjauhi perbuatan buruk.

Sesuai dengan firman Allah dalam Al-quran surah An-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ

<sup>28</sup> *Ibid.* h. 25-27.

<sup>29</sup> Tria Melani, Loc. Cit.

## {59} وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan ulil amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu, lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.<sup>30</sup>

### 5. *Leverage*

Rasio *Leverage* atau rasio solvabilitas yaitu rasio untuk mengukur sejauh mana sebuah perusahaan didanai oleh utang.<sup>31</sup> Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dengan kata lain, seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas rasio solvabilitas atau rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi.<sup>32</sup>

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi atau memiliki utang yang besar dapat mengakibatkan risiko keuangan yang besar, tetapi memiliki peluang yang besar pula dalam menghasilkan laba yang tinggi untuk perusahaan. Risiko yang besar ini timbul dikarenakan perusahaan terbebani atau menanggung pembayaran bunga dalam jumlah yang besar.<sup>33</sup>

Jika perusahaan menggunakan utang pada aktivitas pembiayaan, maka akan ada bunga yang harus dibayarkan. Pada peraturan perpajakan, bunga pinjaman merupakan komponen dari *deductible expense* dan bisa dibiayakan atau menjadi pengurang penghasilan kena pajak. Tetapi jika

---

<sup>30</sup> Q.S. An-Nisa (4): 59.

<sup>31</sup> Said kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Pengantar Valuasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 35.

<sup>32</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 112.

<sup>33</sup> Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h. 163.

komposisi pembiayaan menggunakan *equity financing*, maka harus membayarkan deviden yang tidak dapat dijadikan pengurang penghasilan kena pajak. Kebijakan pendanaan suatu perusahaan akan mempengaruhi tarif pajak efektif karena pajak memiliki perlakuan yang berbeda terkait dengan struktur modal suatu perusahaan. Karena tarif pajak efektif merupakan proksi pengukuran penghindaran pajak, maka kebijakan pendanaan pun akan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan multinasional biasanya membiayai cabang anggotanya dengan transfer utang atau modal untuk tujuan meminimalkan tarif pajak lebih mungkin dalam peraturan transfer pricing.<sup>34</sup>

Jenis rasio utang (*leverage ratio*) dalam penelitian ini adalah *debt to equity ratio*. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dengan modal sendiri. Rasio ini berguna untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dari utang. Atau rasio ini digunakan untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang dan biasanya rasio ini dinyatakan dalam persentase.

Rumus untuk mencari *Debt to Equity Ratio* yaitu:

***Debt to Equity Ratio* = Total Utang**

—————  
***Equity***<sup>35</sup>

Alasan kaum muslim harus membayar pajak selain penunaian zakat adalah solidaritas dan tolong menolong, karena hasil dari pembayaran pajak tersebut adalah untuk kita semua juga. Setiap umat manusia harus

---

<sup>34</sup> Elsa Kisari Putri, “Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014)” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016), h. 28-30.

<sup>35</sup> Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 128.

melakukan kebaikan dan ketaqwaan. Sesuai dengan firman Allah dalam Al-quran surah Al-baqarah ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ<sup>36</sup>  
وَلَا تَيْمَمُوا الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ<sup>36</sup>

وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ {267}

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha kaya, Maha terpuji”.<sup>36</sup>

## 6. Ukuran Perusahaan

Ketentuan untuk ukuran perusahaan diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usahan mikro, kecil dan menengah.

- a. Perusahaan untuk usaha mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Perusahaan untuk usaha kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah)

---

<sup>36</sup> Q.S. Al-Baqarah (2): 267.

- c. Perusahaan untuk usaha menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).<sup>37</sup>
- d. Perusahaan dengan usaha ukuran besar yaitu memiliki kekayaan bersih  $\geq$  Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki jumlah penjualan  $\geq$  Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Sawir (2004) dalam Elsa Kisari Putri, ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda. Ukuran diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan dapat diukur dari beberapa segi, yaitu total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai unit-unit tersebut maka semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan total aset untuk mengukur ukuran perusahaan karena nilai aset lebih relatif stabil dibandingkan dengan penjualan. Semakin besar aset maka semakin banyak modal yang ditanam. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka pihak manajemen dapat lebih leluasa dalam mempergunakan aset tersebut.

Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut:

---

<sup>37</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.



$$\text{Size} = \text{Log} (\text{Total Aset})^{38}$$

Dalam al-quran telah dijelaskan dalil-dalil tentang masalah penghindaran pajak. Berikut salah satunya yaitu dalam surah al-baqarah ayat 195 yaitu:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا  
 إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ {195}

Artinya: “Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.<sup>39</sup>

## 7. *Transfer Pricing*

### a. Definisi *Transfer Pricing*

*Transfer pricing* adalah suatu harga jual khusus yang digunakan dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual dan biaya divisi pembeli. *Transfer pricing* dapat menyimpang secara signifikan dari harga yang disepakati. Dengan kata lain *transfer pricing* merupakan suatu rekayasa harga secara terstruktur yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak atau bea dari suatu negara.

Beberapa definisi transfer pricing atau harga transfer, yaitu:

- 1) Transfer pricing atau dikatakan juga dengan *intracompany*, *intercorporate pricing*, interdivisional atau internal *pricing* adalah harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota.

<sup>38</sup> Elsa Kisari Putri, Op. Cit, h. 25-27.

<sup>39</sup> Q.S. Al-Baqarah (2): 195.

- 2) *Transfer pricing* merupakan transaksi barang atau jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang digunakan tidak wajar, dapat dengan menaikkan dan menurunkan harga. Kebanyakan digunakan oleh perusahaan global atau multinational *enterprice* yaitu perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara di bawah pengendalian satu pihak tertentu.
- 3) *Transfer pricing* adalah harga yang ditetapkan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional dimana harga *transfer* yang digunakan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sejauh cocok bagi grupnya.<sup>40</sup>

Penetapan harga *transfer* adalah penentuan harga barang dan jasa yang dijualbelikan oleh unit operasi atau divisi dalam satu perusahaan. Dengan kata lain, harga *transfer* berkaitan dengan pertukaran intraperusahaan, yaitu transaksi antara penjual dan pembeli yang bernaung di bawah perusahaan induk yang sama. Apabila perusahaan berekspansi ke berbagai negara, maka penetapan harga *transfer* menjadi semakin kompleks. Dalam menentukan harga *transfer* untuk cabang-cabangnya perusahaan global harus menghadapi sejumlah isu, termasuk di dalamnya pajak, bea cukai, dan tarif, aturan *transfer* laba setempat, tujuan mitra usaha patungan yang kadang kala saling bertentangan, dan regulasi pemerintah.<sup>41</sup>

b. *Transfer Pricing* dalam Perspektif Hukum Islam

Jual beli dalam fiqih Islam adalah suatu pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik yang dilakukan dengan cara tertentu yang diperbolehkan. Pada transaksi *transfer pricing* baik domestik maupun multinasional, terjadi pengalihan barang, jasa, dan barang tak berwujud kepada anak perusahaan yang masih terikat dalam

---

<sup>40</sup> Anita Kamilah, 2016, E-book *Transfer Pricing Perusahaan Multinasional di Sektor Pajak*, [http://dosen.unsur.ac.id/ebook\\_Anita-Kamilah\\_923](http://dosen.unsur.ac.id/ebook_Anita-Kamilah_923), diakses pada September 3, 2020, h. 79-80.

<sup>41</sup> Gregorius Chandra, Fandy Tjiptono, dan Yanto Chandra, *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 368.

hubungan istimewa. Dengan perpindahan kepemilikan barang ini dikenakan suatu harga yang disebut dengan harga transfer (*transfer pricing*).

Dalam hal ini transaksi *transfer pricing* dikategorikan ke dalam transaksi jual beli (*al-bay'*). Jual beli dikatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat. Rukun jual beli menurut jumhur ulama adalah orang yang berakad (penjual dan pembeli), *sighat* (lafaz ijab dan qabul dalam hal ini dilakukan pengiriman barang dan penerimaan faktur sehingga ijab-qabul tidak dilakukan saling berhadapan, ijab-qabul seperti ini dinyatakan sah, karena memang secara berhadapan sulit untuk dilakukan), barang yang diperjualbelikan (suci, milik sendiri, tidak dita'likkan, tidak dibatasi waktu, dapat diserahterimakan, dan mempunyai manfaat), dan harga barang (harga barang dalam transaksi *transfer pricing* ini sudah sesuai dengan kesepakatan atau kerelaan kedua belah pihak. Jika dilihat dari rukun dan syarat dalam transaksi *transfer pricing* ini tidak ada yang salah telah memenuhi rukun dan syarat jual beli, sehingga tergolong transaksi jual beli yang sah.

Tetapi, jika dilihat dari tujuan dilakukannya transaksi *transfer pricing* ini untuk mengalihkan keuntungan ke perusahaan cabang yang bertarif pajak rendah dan mengurangi pembayaran pajak maka hal inilah yang salah.

Dampak dari *transfer pricing* ini memang tidak merugikan bagi divisi penjual maupun divisi pembeli karena penentuan harga sudah disepakati oleh kedua belah pihak, tetapi kegiatan *transfer pricing* ini memberikan dampak bagi pemerintah yaitu adanya pengurangan dari pembayaran pajak karena ada rekayasa pajak yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan akibatnya pendapatan khususnya dari pajak berkurang.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Ria Achmadiyah. "Transaksi Rekayasa Pajak Pada Transfer Pricing Menurut Hukum Islam," dalam *Jurnal Maliyah* 03, no. 02 (2013), h. 713-715.

Dalam Al-quran Surah An-Nahl ayat 90 menerangkan tentang anjuran melakukan kebajikan dan menjauhi perbuatan zalim dan arogansi dalam kehidupan.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ  
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ {90}

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (An-Nahl ayat 90).<sup>43</sup>

#### c. Tujuan *Transfer Pricing*

Beberapa alasan melakukan *transfer pricing* yaitu:

- 1) Pengurangan pajak terutama pajak penghasilan.
- 2) Penurunan pengaruh depresiasi rupiah
- 3) Pelonggaran pengaruh pembatasan kepemilikan luar negeri.
- 4) Memperkuat tuntutan kenaikan harga atau perlindungan terhadap saingan impor.
- 5) Mengamankan perusahaan dari tuntutan atas imbalan atau kesejahteraan karyawan dan kepedulian lingkungan atau CSR.
- 6) Mempertahankan sikap *low profile* tanpa mempedulikan tingkat keuntungan usaha.
- 7) Memperkecil akibat pembatasan dan risiko bisnis di luar negeri.

Tujuan transfer pricing dilihat dari alasan pajak atau *tax motive* bahwa transaksi yang terjadi antar unit bisnis grup korporasi multinasional bersifat *cross border transaction*, dimana untuk meminimalkan pajak perusahaan, dengan cara dilakukannya pengalihan beban pajak dari satu negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara lainnya yang mempunyai tarif pajak yang lebih

---

<sup>43</sup> Q.S. An-Nahl (16): 90.

rendah. Dampak dari dilakukan hal tersebut adalah potensi atau penerimaan suatu negara khususnya dari pajak akan berkurang, sementara dari sisi bisnis perusahaan berupaya meminimalkan biaya-biaya termasuk efisiensi dalam hal pembiayaan dan juga dalam hal pembayaran pajak perusahaan.

Sedangkan jika dilihat dari alasan bukan pajak atau *non-tax motive*, tujuannya adalah untuk mentransmisikan data keuangan di antara departemen-departemen perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain. *Transfer pricing* juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi atau departemen dan memotivasi divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan yang transnasional dimana arus barang, jasa maupun modal akan masuk atau keluar dari suatu negara ke negara lain tanpa hambatan, menyebabkan pertumbuhan perusahaan nasional semakin meningkat.<sup>44</sup>

d. *Transfer Pricing* Menurut Perpajakan

Di dalam transaksi afiliasi terkandung kepentingan *transfer pricing* atau penentuan harga transaksi dan kewajaran harga transaksi tersebut. Di kalangan pebisnis, apalagi yang memiliki unit operasi di berbagai negara, hubungan istimewa dan *transfer pricing* mungkin sudah tidak asing lagi. Perhitungan harga, imbalan atau persyaratan dagang, pembiayaan dan pelaksanaan bisnis antarmereka, ditentukan berdasarkan harga *transfer (transfer pricing)*. Harga *transfer* tersebut dapat sama atau karena berbagai pertimbangan, berbeda dengan harga pasar (*market price*).

Kebijakan harga atau imbalan yang diputuskan tentunya telah dipertimbangkan berdasarkan suatu penalaran yang rasional dan akan menguntungkan grup perusahaan secara keseluruhan. Kebijakan harga *transfer* pada umumnya di arahkan pada maksimisasi efisiensi grup secara totalitas dan oleh karena itu menguntungkan bisnis atau

---

<sup>44</sup> Anita Kamilah, Op. Cit, h. 84-85.

investasi global mereka. Kebijakan *transfer pricing* pula akan mengarah pada pertimbangan meminimalisasi total beban pajak global perusahaan. Pendekatan minimalisasi pajak adalah jumlah global yang merupakan gabungan antara pengurangan basis pajak di beberapa negara dengan melibatkan pajak di negara *tax haven*.<sup>45</sup>

e. Kegunaan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Multinasional

Kegunaan *transfer pricing* yang paling penting meliputi: pengurangan pajak, pengurangan tarif, dan penghindaran *exchange control*. *Transfer pricing* juga bisa digunakan untuk meningkatkan bagian MNC (*Multinational Corporations*) pada profit dari *joint venture* dan menyembunyikan profitabilitas sebenarnya dari suatu afiliasi. MNC dapat mengurangi pajak dengan menggunakan *transfer price* dengan cara memindahkan keuntungan dari negara dengan tingkat pajak tinggi ke negara dengan tingkat pajak rendah.

Secara terminologi *transfer pricing* adalah penetapan harga oleh satu entitas bisnis terhadap entitas bisnis lain dalam satu lingkup perusahaan *holding*. *Transfer pricing* diilhami oleh adanya potensi untuk menghemat pajak akibat perbedaan tarif pajak di dua atau lebih negara. Dengan demikian *holding company* yang memiliki lebih dari satu afiliasi dapat menghemat pajak dengan melakukan praktik *transfer pricing*.<sup>46</sup>

Perusahaan Multinasional atau *Multinational Corporation* (MNC) merupakan faktor utama dalam bisnis internasional. Jenis perusahaan ini pada saat sekarang memegang peranan yang penting untuk sebagian besar transaksi internasional. Kekuasaan dan pengaruh perusahaan

---

<sup>45</sup> Wirawan B Ilyas dan Diaz Priantara, Op. Cit, h. 107.

<sup>46</sup> Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Internasional*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2003), h. 301.

multinasional makin menarik perhatian pemerintah dikarenakan semakin besarnya pengaruh yang dimilikinya.<sup>47</sup>

Tujuan *transfer pricing* berubah apabila melibatkan *multinational Corporation* (MNC) serta barang dan jasa ditransfer melalui batas-batas negara. Tujuan penentuan harga *transfer* internasional, sebagaimana dibandingkan dengan penentuan harga *transfer* domestik. Tujuan penentuan harga *transfer* internasional terfokus pada meminimalkan pajak, bea, dan risiko pertukaran asing, bersama dengan meningkatkan suatu posisi kompetitif perusahaan dan memperbaiki hubungannya dengan pemerintahan asing. Walaupun tujuan domestik seperti motivasi manajerial dan otonomi divisi selalu penting, mereka seringkali menjadi sekunder pada saat *transfer* internasional terlibat. Perusahaan akan terfokus bukan pada pembebanan suatu harga *transfer* yang akan menyerang rekening pajak total atau yang akan memperkuat anak perusahaan asing.<sup>48</sup>

#### f. Metode Penentuan Harga *Transfer*

Pada dasarnya ada beberapa metode yang sering digunakan dalam penentuan harga *transfer*. Metode tersebut adalah harga *transfer* berdasar harga pasar, harga *transfer* berdasar harga pokok, dan harga *transfer* negosiasi. Berikut terdapat 6 metode harga transfer yaitu:

##### 1) Harga *Transfer* Berdasar Harga Pasar

Harga persaingan sempurna, produsen tidak dapat mengubah harga jika sebuah perusahaan mempunyai pusat laba yang menghasilkan produk yang menjadi masukan pusat laba lain dari perusahaan yang sama dan di luar perusahaan juga terdapat produsen barang serupa, maka demi efisiensi, perusahaan harus menggunakan harga pasar sebagai harga *transfer*. Sistem harga

---

<sup>47</sup> Pandji Anoraga, *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*, (Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya, 1995), h. 1.

<sup>48</sup> Ray H Garrison dan Eric W Noreen, *Akuntansi Manajerial*, Terj. A. Totok Budisantoso, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 625.

*transfer* berdasar harga pasar menggunakan harga yang ditetapkan oleh mekanisme permintaan dan penawaran pasar. Penggunaan metode ini umumnya dianggap sebagai cara terbaik dalam memecahkan masalah harga *transfer*. Alasannya adalah bahwa penggunaan harga pasar cocok dengan konsep pusat laba dan menjadikan penilaian prestasi atas dasar laba menjadi layak untuk diterapkan. Penggunaan harga *transfer* ini juga dapat mengoptimalkan suatu divisi untuk memperoleh laba. Harga *transfer* ini juga konsisten dengan filosofi desentralisasi perusahaan yang berpengaruh terhadap penentuan kriteria untuk evaluasi prestasi divisi yang akan membantu mengidentifikasi operasi perusahaan yang menguntungkan dan yang tidak.

Penggunaan harga *transfer* ini sesuai dengan pendapat dari Antony dan Govindarajan, bahwa nilai harga *transfer* hendaknya sama dengan harga yang ditetapkan terhadap produk tersebut jika dijual ke pelanggan luar atau dibeli dari pemasok, penerapan ini tanpa memperhatikan kenyataan bagaimana pihak luar tersebut menetapkan harga jualnya.<sup>49</sup>

## 2) Harga *Transfer* Atas Dasar Harga Pokok

Harga *transfer* berdasarkan harga pokok dapat digunakan metode perhitungan biaya dan laba tertentu ditetapkan oleh manajemen puncak untuk mengurangi perselisihan. Alasan metode ini digunakan karena:

- a) Pada pasar kompetitif tidak tersedia informasi harga jual produk yang ditransfer. Keadaan ini timbul jika produk yang ditransfer merupakan produk yang belum selesai sehingga tidak diperjualbelikan dipasar.
- b) Kesulitan dalam penentuan harga jual yang disebabkan oleh perselisihan antar manajer divisi. Kesulitan ini timbul jika

---

<sup>49</sup> Alitraja Dison Silalahi et al., *Akuntansi Manajemen*, (Medan: Madenatera, 2019), h. 275.



dipasar ada beberapa macam harga dan jika produk yang ditransfer tidak persis sama dengan yang ada di pasar.

- c) Jika produk yang ditransfer mengandung formula atau proses rahasia sehingga tidak diinginkan untuk diungkapkan kepada pihak lain.<sup>50</sup>

### 3) Harga *Transfer* Negosiasi

Negosiasi adalah proses formal untuk menentukan besarnya harga *transfer* antar pusat laba yang terlibat, tanpa campur tangan dari kantor pusat. Oleh karena pusat laba bebas untuk bernegosiasi dengan pihak luar dalam membeli atau menjual produk, maka tidak ada alasan bagi sebuah perusahaan. Sebagai salah satu bahan negosiasi adalah laba yang harus dicapai pusat laba dan laba yang sejauh ini telah dicapainya. Harga *transfer* ditentukan berdasarkan negosiasi antar pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu setiap pihak harus memahami pedoman yang telah ditetapkan oleh kantor pusat secara formal.

Kelebihan dari metode ini adalah apabila pusat laba penjual mempunyai kapasitas menganggur, sedang pasar dan produk sempit, maka akan menguntungkan perusahaan secara keseluruhan.

Sedangkan kelemahannya adalah jika barang tersebut dibutuhkan oleh pusat laba pembeli sedang di pasar bebas tidak ada, maka pusat laba penjual menjadi pihak yang memang dalam kompromi penentuan harga. Disamping itu harga *transfer* atas dasar negosiasi ini lebih menunjukkan kemampuan menawar dari pihak yang terlibat, bukannya kemampuan dalam hal kontribusi menurut perhitungan ekonomis.<sup>51</sup>

### 4) Harga *Transfer* Berdasarkan Biaya Plus

Metode ini sering digunakan ketika harga pasar tidak tersedia. Dengan kata lain harga tersebut sebagai pengganti dari harga pasar.

---

<sup>50</sup> Muhamad Yamin Noch et al., *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Medan: Madenatera, 2019), h. 172.

<sup>51</sup> *Ibid.* h. 175.

Metode ini memberikan keuntungan yaitu mudah dalam menghitungnya, akan tetapi harga tersebut bukan harga yang sempurna dan dapat menyebabkan penyimpangan (distorsi) terhadap profitabilitas relatif dari bagian penjual dan bagian pembeli. Selain itu terdapat kerugian dalam penggunaan metode ini yaitu melembungkan persediaan dengan laba antardivisi dalam suatu perusahaan yang harus dieliminasi dari laporan keuangan dan laporan pajak penghasilan konsolidasi.

5) Harga *Transfer* Arbitrer

Dalam penggunaan metode harga *transfer* arbitrer, harga ditetapkan oleh manajemen pusat. Harga tersebut biasanya dipilih karena untuk meminimalkan pajak atau tujuan perusahaan lainnya. Baik bagian penjual maupun bagian pembeli tidak dapat mengontrol harga *transfer* tersebut. Keuntungan dalam penggunaan metode ini adalah harga dapat ditetapkan sedemikian rupa untuk tujuan yang dianggap paling penting bagi manajemen pusat, karena manajemen pusat yang bertanggungjawab atas kinerja keseluruhan dari perusahaan. Akan tetapi kerugian dari metode ini salah satunya yaitu dapat menghambat otonomi atau wewenang dan insentif laba bagi manajer divisi.

6) Harga *Transfer* Ganda

Metode penetapan harga *transfer* ganda dalam praktiknya tidak banyak yang menggunakannya karena kerumitan dalam pencatatan dari metode tersebut.<sup>52</sup>

Penetapan harga *transfer* harus dilihat aspek positif dan negatif dari setiap jenis harga *transfer* dan responsif terhadap saran perubahan. Penetapan metode harga *transfer* yang digunakan harus dapat mencerminkan karakteristik unit organisasi serta tujuan perusahaan. Tidak ada metode penetapan harga *transfer* yang paling baik. Selain

---

<sup>52</sup> William K. Carter, Op. Cit, h. 539-541.

itu, harga *transfer* yang digunakan tidak permanen dapat berubah seiring dengan adanya perubahan biaya, persediaan, pesaing, permintaan, dan faktor lainnya. Metode apapun yang digunakan, *transfer pricing* yang baik memberikan:

- 1) Dasar yang tepat untuk perhitungan dan evaluasi kinerja segmen,
- 2) Akuisisi rasional atau penggunaan barang dan jasa antar divisi perusahaan,
- 3) Fleksibilitas untuk merespon perubahan permintaan atau kondisi pasar, dan
- 4) Motivasi untuk mendorong dan kongruensi tujuan imbalan oleh manajer dalam operasi yang terdesentralisasi.

Sebaliknya, harga *transfer* juga bisa memberikan masalah-masalah yaitu:

- 1) Ketidaksepakatan antara manajer unit organisasi mengenai penetapan harga *transfer*.
- 2) Biaya organisasi dan waktu karyawan tambahan.
- 3) Ketidakmampuan untuk bekerja sama baiknya untuk semua departemen atau divisi. Misalnya, departemen pendukung yang tidak memberikan manfaat atau tidak dapat menunjukkan hubungan sebab akibat antara perilaku biaya dan jasa yang digunakan oleh departemen lain tidak boleh menggunakan harga pengalihan.
- 4) Perilaku disfungsional di antara unit organisasi atau kurang memanfaatkan atau terlalu berlebihan dalam memanfaatkan jasa.
- 5) Perencanaan pajak yang rumit pada perusahaan multinasional.<sup>53</sup>

*Transfer pricing* diukur dengan nilai transaksi dengan pihak berelasi karena *transfer pricing* dan transaksi pihak berelasi

---

<sup>53</sup> Cecily A Raiborn dan Michael R Kinney, *Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan, Terj. Biro Bahasa Alkemis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 179.

merupakan transaksi yang memiliki hubungan istimewa. *Transfer pricing* diukur dengan rumus yaitu:

$$\text{Transfer pricing} = \frac{\text{Piutang transaksi pihak berelasi} \times 100\%}{\text{Total piutang}}^{54}$$

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* merujuk pada beberapa penelitian terdahulu.

Berikut untuk lebih jelasnya penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti-peneliti terdahulu yang dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 2.1**

### Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Dea Cheisa Rosita (2020)	Pengaruh <i>Tax Minimization, Tunneling Incentive</i> , Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>tunneling incentive</i> dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel <i>tax minimization</i> , mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan	Variabel independen: <i>Tax Minimization</i> dan kepemilikan asing  Objek penelitian: perusahaan manufaktur yang listing di bursa efek Indonesia periode 2015-2017. <sup>55</sup>

<sup>54</sup> Ella Yuniar Rahmawati, Op. Cit, h. 37.

<sup>55</sup> Dea Cheisa Rosita, "Pengaruh *Tax Minimization, Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).

			<i>transfer pricing.</i>	
2.	Sapta Setia Darma (2020)	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Bonus Plan</i> Terhadap Transaksi <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pajak, <i>Exchange rate</i> , dan <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel <i>bonus plan</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: pajak dan <i>exchange rate</i> .  Objek Penelitian: Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. <sup>56</sup>
3.	Ella Yuniar Rahmawati (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: penelitian terdahulu mengikutsertakan pajak, sedangkan dalam penelitian ini mengikutsertakan variabel <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan. <sup>57</sup>
4.	Pipit Kusuma Wardani (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Leverage</i> , dan Mekanisme Bonus Terhadap keputusan	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel <i>Leverage</i> berpengaruh positif	Variabel independen: penelitian terdahulu mengikutsertakan

<sup>56</sup> Sapta Setia Darma. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive Dan Bonus Plan Terhadap Transaksi Transfer Pricing Pada Perusahaan Multinasional Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017," dalam *Jurnal Ekonomi Efektif* 2, no. 3 (2020).

<sup>57</sup> Ella Yuniar Rahmawati, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016)," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2018).

		<i>Transfer Pricing</i>	terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .	n pajak, sedangkan dalam penelitian ini mengikutsertakan variabel <i>tunneling incentive</i> dan ukuran perusahaan.  Objek penelitian: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. <sup>58</sup>
5.	Bela Pratiwi (2018)	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel pajak, <i>Exchange rate</i> , dan <i>Tunneling incentive</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: penelitian terdahulu mengikutsertakan pajak dan <i>exchange rate</i> . Sedangkan dalam penelitian ini mengikutsertakan variabel mekanisme bonus dan ukuran perusahaan.  Objek penelitian: Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang terdaftar di

<sup>58</sup> Pipit Kusuma Wardani dan Kurnia. "Pengaruh Pajak, Leverage, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing," dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 7, no. 11 (2018).

				Bursa efek Indonesia Tahun 2012-2016). <sup>59</sup>
6.	Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018)	Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan <i>Multinationality</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i> .	Hasil analisis menunjukkan bahwa mekanisme bonus, Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , dan <i>Multinationality</i> berpengaruh terhadap keputusan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: <i>multinationality</i>  Objek penelitian: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. <sup>60</sup>
7.	Devi Kumala Sari (2018)	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel kepemilikan asing dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: kepemilikan asing  Objek penelitian: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016. <sup>61</sup>
8.	Anisa Sheirina Cahyadi	Pengaruh Pajak, <i>Exchange Rate</i> , Profitabilitas,	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel	Variabel independen: pajak, <i>exchange</i>

<sup>59</sup> Bela Pratiwi. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing," dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19, no. 3 (2018).

<sup>60</sup> Machfirah Aprilia Rezky dan Fachrizal. "Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Multinationality terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014," dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3, no. 3 (2018).

<sup>61</sup> Devi Kumala Sari, "Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun Periode 2013-2016)," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, 2018).

	dan Naniek Noviari (2018)	dan <i>Leverage</i> Pada Keputusan Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	pajak, profitabilitas, dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif pada keputusan perusahaan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel <i>exchange rate</i> tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan <i>transfer pricing</i> .	<i>rate</i> , profitabilitas  Objek Penelitian: perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016. <sup>62</sup>
9.	Gusti Ayu Rai Surya Saraswati (2017)	Pengaruh pajak, Mekanisme Bonus, dan <i>Tunneling Incentive</i> Pada Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pajak dan <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> .	Variabel independen: penelitian terdahulu mengikutsertakan pajak, sedangkan dalam penelitian ini mengikutsertakan variabel <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan.  Objek Penelitian: Perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. <sup>63</sup>
10.	Elsa Kisari Putri (2016)	Pengaruh kepemilikan asing, ukuran	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel	Variabel independen: penelitian

<sup>62</sup> Anisa Sheirina Cahyadi dan Naniek Noviari. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing," dalam *E-Jurnal Akuntansi* 24, no. 2 (2018).

<sup>63</sup> Gusti Ayu, Rai Surya, dan I Ketut Sujana. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing," dalam *E-Jurnal Akuntansi* 19, no. 2 (2017).

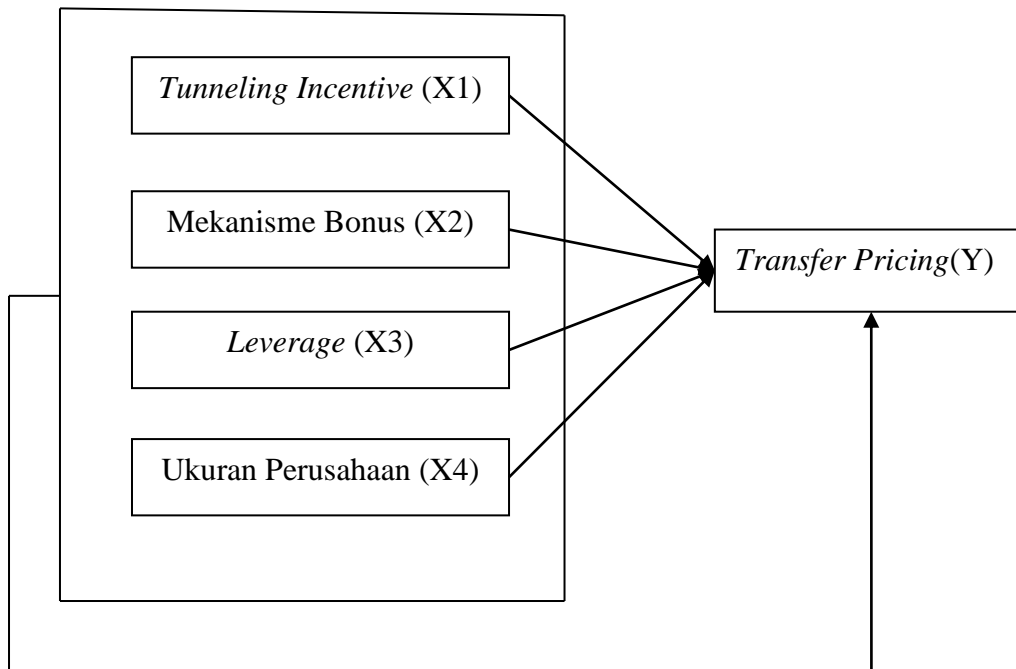


		perusahaan, dan <i>leverage</i> , terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i>	ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i> , sedangkan kepemilikan asing dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan <i>transfer pricing</i> .	terdahulu mengikutsertakan pajak dan <i>exchange rate</i> . Sedangkan dalam penelitian ini mengikutsertakan variabel mekanisme bonus dan ukuran perusahaan.  Objek penelitian: Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Tahun 2012-2016). <sup>64</sup>
--	--	---	---	---

---

<sup>64</sup> Elsa Kisari Putri, "Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014)," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016).

### C. Kerangka Teoritis



Gambar 2.1  
Kerangka Teoritis

Keterangan:

X1, X2, X3, X4 = Variabel independen

Y = Variabel dependen

—————> = Pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

—————> = Pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

### D. Hubungan Antar Variabel

#### 1. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Dalam istilah keuangan, *tunneling* merupakan transfer sumberdaya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas atau

pengendali. *Tunneling* sering terjadi di dunia bisnis, tetapi sangat sulit terdeteksi oleh otoritas legal dikarenakan sistem pemerintahan yang buruk, rendahnya penegakan hukum dan tingginya kasus korupsi di Indonesia, hal ini menyebabkan *tunneling* tidak terdeteksi. Salah satu hal yang bisa mengalirkan sumberdaya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali adalah dilakukannya transaksi dengan pihak berelasi yaitu pengalihan sumberdaya, jasa atas kewajiban antara entitas pelapor dengan pihak yang berelasi.<sup>65</sup>

*Tunneling* dilakukan dengan pemindahan sumberdaya berupa aliran kas, ekuitas maupun aset keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Dengan adanya pemindahan sumberdaya maka laba perusahaan akan menurun sehingga beban pajak yang dikeluarkan perusahaan akan berkurang.<sup>66</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ella Yuniar Rahmawati (2018), menemukan bahwa *tunneling incentive* dapat menjadi faktor yang mendorong terjadinya *transfer pricing* dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan. Dari penjelasan dan penelitian terdahulu diatas, maka variabel *tunneling incentive* merupakan salah satu yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

## 2. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus merupakan kompensasi atau *reward* yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan atau keberhasilan pencapaian laba yang ditargetkan perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba adalah cara yang sering dilakukan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba yang diperoleh direksi

---

<sup>65</sup> Ratna Chandra Sari dan Sugiharto, Op. Cit, h. 9.

<sup>66</sup> Ratna Chandra Sari dan Sugiharto, Op. Cit, h. 33.

atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus yang diterima.<sup>67</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018), menemukan bahwa mekanisme bonus dapat menjadi faktor yang mendorong terjadinya transfer pricing. Dari penjelasan dan penelitian terdahulu variabel mekanisme bonus merupakan salah satu yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

### 3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

*Leverage* keuangan mengacu pada jumlah pendanaan utang dalam struktur modal suatu perusahaan. *Leverage* adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang atau kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi. Pembiayaan dengan utang akan menimbulkan beban yang bersifat tetap. Penggunaan dana yang menyebabkan beban tetap ini dapat mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan melalui pembebanan bunga utang sebagai biaya. Hal ini dipergunakan untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung perusahaan, sehingga penggunaan utang akan memberikan mafaat bagi perusahaan.<sup>68</sup>

Penelitian yang dilakukan Pipit Kusuma Wardani (2018), menemukan bahwa *leverage* dapat menjadi faktor yang mendorong terjadinya *transfer pricing*. Dari penjelasan dan penelitian terdahulu variabel *leverage* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

### 4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka

---

<sup>67</sup> Ella Yuniar Rahmawati, Op. Cit, h. 25.

<sup>68</sup> Devi Kumala Sari, Op. Cit, h. 40.

waktu yang relatif panjang. Hal ini juga menunjukkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil. Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks untuk itu perusahaan lebih mempertimbangkan risiko dalam hal mengelola beban pajaknya.<sup>69</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Machfirah Aprilia Rezky, Fachrizal (2018), menemukan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi faktor yang mendorong terjadinya *transfer pricing*. dari penjelasan dan penelitian terdahulu variabel ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

## E. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai Berikut:

- H<sub>a1</sub> = Terdapat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>01</sub> = Tidak terdapat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>a2</sub> = Terdapat pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>02</sub> = Tidak terdapat pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

---

<sup>69</sup> Devi Kumala Sari, Op. Cit, h. 37.

- H<sub>a3</sub> = Terdapat pengaruh *leverage* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>03</sub> = Tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>a4</sub> = Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>04</sub> = Tidak terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>a5</sub> = Terdapat pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- H<sub>05</sub> = Tidak terdapat pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif.<sup>70</sup> Menurut Sugiyono metode kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru.<sup>71</sup>

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan input data tahun 2015-2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2020 sampai Mei 2021.

#### C. Populasi dan Sampel

---

<sup>70</sup> Silma Taqiya Maulani, Ismet Ismatullah, dan Rinaldi Rinaldi. "Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terindeks Di Bursa Efek Indonesia)," *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no. 1 (2021): 1, h. 5.

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 7.

## 1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis namun dapat dibedakan satu sama lain karena karakteristiknya. Populasi bisa pula diartikan sebagai wilayah generalisasi suatu objek yang terdiri dari keseluruhan elemen yang dapat teridentifikasi dan memiliki ciri-ciri tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi atau elemen-elemen yang ada di dalam populasi. Sehingga sampel merupakan himpunan bagian dari populasi, dengan demikian konsekuensinya adalah ciri-ciri tertentu yang dimiliki populasi seharusnya dimiliki pula pada sampel.<sup>72</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel.<sup>73</sup>

Kriteria perusahaan yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor industri dasar dan kimia tahun 2015-2019.
- b. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tahunan dengan periode yang berakhir pada 31 Desember.
- c. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada periode pengamatan.
- d. Perusahaan yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15 yang menyatakan bahwa pemegang saham pengendali adalah pemegang saham yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih.

---

<sup>72</sup> Budi Setiawan, *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 20-21.

<sup>73</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), h. 118.



- e. Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan tahunan dalam bentuk mata uang rupiah.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 9 perusahaan sampel dari 80 perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Sampel tersebut diperoleh dengan cara sebagai berikut:

Tabel 3.1

Kriteria Penentuan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2015-2019	80
2	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan di BEI 2015-2019	(29)
3	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang mengalami kerugian selama periode pengamatan	(19)
4	Perusahaan yang tidak memiliki persentase kepemilikan asing lebih dari 20%	(17)
5	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan tahunan dalam bentuk mata uang rupiah	(6)
	Jumlah sampel penelitian	9
	Jumlah observasi dalam penelitian (9 sampel x 5 tahun)	45

Sumber: Data diolah

Setelah dilakukan *purposive sampling* dalam penentuan kriteria sampel selama periode 2015-2019 terdapat 9 perusahaan yang memenuhi kriteria atau yang termasuk dalam sampel. Jadi terdapat sampel sebanyak 9 perusahaan dengan periode pengamatan 2015-2019 yaitu 5 tahun terdapat 45 observasi dalam penelitian ini. Berikut sampel yang terpilih yaitu:

Tabel 3.2

## Daftar Sampel Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
3	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
4	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
5	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
6	LION	Lion Metal Works Tbk
7	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
8	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
9	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk

Sumber: Data diolah

#### D. Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian lebih terarah maka perlu ditentukan variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini dibagi menjadi dua, yaitu:

##### 1. Variabel Bebas atau Independen

Variabel bebas adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi dalam kaitannya dengan variabel lain.

##### 2. Variabel Terikat atau Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang keberadaannya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Jonathan Sarwono dan Ely Suhayati, *Riset Akuntansi menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 31-32.

Tabel 3.3  
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	<i>Tunneling Incentive</i> (X1)	Tunneling adalah suatu pihak (pemegang saham pengendali) mencari cara untuk mengambil keuntungan tanpa diketahui oleh pemegang saham minoritas yang dikenal dengan sebutan <i>adverse selection</i> atau seleksi yang merugikan atau buruk.	<i>Tunneling incentive</i> = Jumlah kepemilikan saham terbesar <hr/> Jumlah saham yang beredar	Rasio
2	Mekanisme Bonus (X2)	Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja yang baik setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba.	<i>ITRENDLB</i> = Laba bersih tahun t <hr/> x 100% Laba bersih tahun t-1	Rasio
3	<i>Leverage</i> (X3)	Rasio <i>leverage</i> merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka	DER= <hr/> Total utang <hr/> Total ekuitas	Rasio

		pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi.		
4	Ukuran perusahaan (X4)	Ukuran diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan dapat diukur dari beberapa segi, yaitu total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya.	$Size = \text{Log (Total Aset)}$	Rasio
5	<i>Transfer Pricing</i> (Y)	<i>Transfer pricing</i> adalah harga yang ditetapkan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional dimana harga <i>transfer</i> yang digunakan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sejauh cocok bagi grupnya.	$Transfer\ pricing = \frac{\text{Piutang beralasi}}{\text{Total piutang}}$	Rasio

#### E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah seluruh informasi yang dikumpulkan dari lapangan yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Data tersebut diambil/ diakses melalui *www.idx.co.id*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang lain atau lembaga tertentu. Atau data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik diagram, gambar dan yang lainnya

sehingga lebih informatif oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.<sup>75</sup>

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumenter. Metode dokumenter adalah metode pengumpulan data dengan membaca dokumen di instansi atau lembaga.<sup>76</sup> Metode dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan data berupa laporan keuangan tahunan yang sudah diaudit dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kriteria pemilihan sampel. Setelah peneliti menemukan selanjutnya peneliti mencatat dan mengkaji data tersebut.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Secara umum, pendekatan kuantitatif lebih fokus pada tujuan untuk generalisasi, dengan melakukan pengujian statistik dan steril dari pengaruh subjektif peneliti.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan *software E-Views ver 9*. Regresi data panel digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan merupakan gabungan dari data *cross section* dan *time series*. Data panel adalah gabungan dari data *cross section* dengan data *time series*, yakni beberapa objek penelitian dengan beberapa periode atau tahun. *Cross section* adalah sekelompok data dari beberapa objek penelitian di tahun yang sama, sedangkan *time series* adalah sekelompok data dari beberapa tahun atau periode pada satu objek penelitian.

---

<sup>75</sup> Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), h. 59-60.

<sup>76</sup> Sarmanu, *Dasar Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), h. 57.

<sup>77</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam; Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), h. 222.

Keunggulan dari data panel ini adalah data yang diperoleh akan semakin banyak sehingga menghindari bias atau nilai *error* yang tinggi. Multikolinearitas juga bisa dihindari karena gabungan data akan semakin banyak.<sup>78</sup>

#### 1. Penentuan Model Estimasi

Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yaitu:

##### a. *Common Effect Model*

Teknik paling sederhana untuk mengestimasi data panel adalah dengan menggabungkan data *time series* dan *cross section*. Dengan hanya mengkombinasikan data tersebut tanpa melihat perbedaan antar waktu dan individu maka bisa digunakan metode OLS untuk mengestimasi model data panel. Model ini disebut jga dengan *common effect*. Dalam pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu maupun waktu. Diasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan dalam berbagai kurun waktu adalah sama.

##### b. *Fixed Effect Model* (Model Efek Tetap)

Model ini mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Model estimasi ini sering disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variables* (LSDV).

##### c. *Random Effect Model* (Model Efek Random)

Variabel dummy dalam model *fixed effect* bertujuan untuk mewakili ketidaktahuan tentang model yang sebenarnya. Konsekuensi dari model *fixed effect* ini adalah berkurangnya derajat kebebasan yang pada akhirnya mengurangi parameter. Model *fixed effect* ini dapat diatasi dengan menggunakan variabel gangguan dikenal dengan metode *random effect*. Dalam model *random effect* ini akan

---

<sup>78</sup> Agung Budi Santoso, *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*, (Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2018), h. 158.

mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu.<sup>79</sup>

## 2. Pengujian Model

Untuk menguji kesesuaian atau kebaikan dari tiga metode pada model estimasi data panel, ada beberapa cara yang digunakan untuk menentukan teknik mana yang paling tepat dalam mengestimasi parameter data panel. Ada tiga uji untuk memilih teknik estimasi data panel yaitu, uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier.

### a. Uji Chow

Uji Chow adalah pengujian untuk menentukan antara model *fixed effect* atau *common effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Pengambilan keputusan dilakukan jika:

- 1) Nilai prob F < batas kritis (0,05), maka tolak  $H_0$  atau memilih *fixed effect* daripada *common effect*.
- 2) Nilai prob F > batas kritis (0,05), maka terima  $H_0$  atau memilih *common effect* daripada *fixed effect*.

### b. Uji Hausman

Uji hausman adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan. Pengambilan keputusan jika:

- 1) Nilai *chi square* hitung > *chi square* tabel atau nilai probabilitas *chi square* < taraf signifikan (0,05), maka tolak  $H_0$  atau memilih *fixed effect* daripada *random effect*.
- 2) Nilai *chi square* hitung < *chi square* tabel atau nilai probabilitas *chi square* > taraf signifikan (0,05), maka terima  $H_0$  atau memilih *random effect* daripada *fixed effect*.

### c. Uji Lagrange Multiplier

---

<sup>79</sup> Ansofino et al., *Buku Ajar Ekonometrika Ed. 1, Cet. 1*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 143-150.

Uji lagrange multiplier (LM) adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik daripada metode *common effect* (OLS), pengambilan keputusan dilakukan jika:

- 1) Nilai *p value* < batas kritis (0,05), maka tolak  $H_0$  atau memilih *random effect* daripada *common effect*.
- 2) Nilai *p value* > batas kritis (0,05), maka terima  $H_0$  atau memilih *common effect* daripada *random effect*.<sup>80</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk mendeteksi apakah model penelitian menyimpang dari asumsi klasik atau tidak, beberapa uji asumsi klasik tersebut adalah:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.<sup>81</sup> Uji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji t hanya akan valid jika residual yang didapatkan berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam software Eviews normalitas sebuah data dapat diketahui dengan metode yang digunakan adalah uji *Jarque-Bera* (JB). Ketentuannya jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (nilai probabilitas > 0,05) maka dihasilkan residual yang berdistribusi normal. Tetapi jika nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (nilai probabilitas < 0,05) dapat diartikan bahwa residual tidak berdistribusi normal.<sup>82</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

---

<sup>80</sup> Nurlaila, "Pengaruh Bonus Plan , Kepemilikan Asing , Exchange Rate Dan Kualitas Audit Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau, 2019), h. 54.

<sup>81</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 181.

<sup>82</sup> Ansofino et al., *Op. Cit*, h. 23.



Uji multikolinearitas berguna untuk melihat tingkat korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya menjadi terganggu. Oleh sebab itu, perlu dilakukan perubahan-perubahan, misalnya dengan menghapus salah satu variabel, menggabungkan variabel-variabel tersebut, atau menambah data pengamatan.<sup>83</sup>

Menurut Fairuz (2017) untuk mengetahui multikolinearitas dalam suatu model, salah satunya dengan melihat koefisien korelasi hasil output komputer. Jika terdapat koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,9 maka terdapat gejala multikolinearitas. Tetapi jika terdapat koefisien korelasi yang lebih kecil dari 0,9 maka terbebas dari gejala multikolinearitas.<sup>84</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau disebut homoskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dilakukan apabila:

nilai probabilitas  $> 0,05$  maka terjadi homokedastisitas, jika sebaliknya,

nilai probabilitas  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>85</sup>

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah terdapat korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik

---

<sup>83</sup> Husein Umar, *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), h. 75-77.

<sup>84</sup> Annisa Amalia Fairuz, "Pengaruh Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, Rasio Pasar, Inflasi dan Kurs Terhadap Return Saham Syariah Studi Pada Saham Syariah yang Tergabung Dalam Kelompok ISSI Pada Sektor Industri Tahun 2011-2015," (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h. 49.

<sup>85</sup> Husein Umar, Loc. Cit.

adalah yang tidak terdapat autokorelasi. Metode pengujian dilakukan dengan uji durbin-watson.

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

$DU < DW < 4-DU$  maka diterima yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

$DW < DL < 4-DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka ditolak yang berarti terjadi autokorelasi.

$DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$  berarti tak ada kesimpulan yang pasti.<sup>86</sup>

#### 4. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi linier adalah analisis untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Sama halnya dengan analisis regresi linier berganda yang menganalisis hubungan linier antara dua variabel atau lebih dengan satu variabel dependen.<sup>87</sup> Begitu juga dengan regresi data panel yaitu memprediksi nilai intersep (konstanta) dan slope (koefisien regresi).

Model persamaan data panel yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan *time series*. Persamaan regresi data panel dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu transfer Pricing

X1 = Variabel independen yaitu tunneling incentive

X2 = Variabel independen yaitu mekanisme bonus

X3 = Variabel independen yaitu leverage

X4 = Variabel independen yaitu ukuran perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

<sup>86</sup> Romie Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS*, (Yogyakarta: Start Up, 2017), h. 131.

<sup>87</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: Wage Group, 2016), h. 147.

- $\beta$  = Koefisien regresi
- i = entitas ke-i
- t = periode ke-t
- e = error term

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual atau satu-satu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang ingin diuji, pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai sig (p-value) atau membandingkan t hitung dengan t-tabel. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  atau t hitung  $> t$  tabel maka dinyatakan berpengaruh

Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  atau t hitung  $< t$  tabel maka dinyatakan tidak berpengaruh

### b. Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji statistik F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Jika hasilnya signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai sig (p-value) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Dasar pengambilan keputusan:

Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  atau F hitung  $> F$  tabel maka dinyatakan berpengaruh.

Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel maka dinyatakan tidak berpengaruh.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah dari 0-1.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 111-114.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Perusahaan

#### 1. Arwana Citramulia Tbk (ARNA)

PT Arwana Citramulia Tbk (Arwana) adalah perusahaan terbuka yang bergerak di bidang keramik dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Perjalanan Arwana dimulai dengan pengesahan sebagai badan hukum usaha berbentuk perseroan terbatas pada tanggal 22 februari 1993. Arwana mulai beroperasi secara komersil pada tanggal 23 junu 1995 dengan mulai produksinya *Plant I* di pasar kemis, Tangerang. Hingga saat ini, strategi bisnis Arwana berfokus pada segmen pasar bawah dan menengah menghasilkan pencapaian pertumbuhan dari tahun ke tahun.

#### 2. Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN)

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk didirikan di Indonesia dengan nama PT Charoen Pokphand Indonesia Animal Feedmill Co. Limited, beralamat Jl. Ancol VIII/1, kelurahan Ancol, kecamatan Pademangan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, Indonesia. Visi yaitu menyediakan pangan bag dunia yang berkembang, dan misinya yaitu memproduksi dan menjual paka, anak ayam usia sehari dan makanan olahan yang memiliki kualitas tinggi dan berinovasi. Produk yang dihasilkan oleh Perseroan dan entitas anaknya adalah pakan ternak, ayam pedaging, anak ayam usia sehari komersial dan daging ayam olahan.

#### 3. Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS)

Perseroan didirikan bulan maret 1982 berdasarkan Akte Pendirian No. 45 tanggal 18 maret 1982. Berproduksi secara komersial pada awal tahun 1987 sampai sekarang. Perseroan bergerak pada bidang industri perekat kayu lapis, kimia, perdagangan dan pertambangan sesuai dengan akte perubahan terakhir No. 39 tanggal 21 agustus 2019. Perseroan berdomisili di Pontianak, di tepi sungai Kapuas dengan luas  $\pm$  3 hektar dan tenaga kerja  $\pm$  100 orang.

#### 4. Indocement Tunggul Tbk (INTP)

Awal berdirinya perseroan ini dimulai tahun 1975 yang ditandai dengan didirikannya sebuah pabrik semen dengan kapasitas terpasang sebesar 500.000 ton di wiyah Citeureup, Jawa Barat, oleh PT Distinct Indonesia Cement Enterprise (DISE). Pada 1989 perseroan menapaki babak baru dengan melakukan penawaran umum saham perdana dan menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan seluruh sahamnya di bursa efek di Indonesia dengan kode (INTP) pada 5 desember 1989. Kantor pusat berlokasi di Wisma Indocement lantai 13, jalan Jenderal Sudirman, Kav. 70-71, Jakarta Selatan. Kegiatan usaha utama perseroan yaitu, pabrikasi semen dan bahan bangunan, pertambangan, perdagangan, pengangkutan, seta penyediaan sarana dan prasarana listrik.

5. Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA)

Perseroan didirikan pada tanggal 18 januari 1971 dengan nam PT Java Pelletizing Factory, Ltd berdasarkan akta No. 59. Pada awal pendiriannya, Perseroan memproduksi produk pelet kopra secara komersial. Pada tahun 1975 perseroan mulai merambah bisnis pakan ternak dan kemudian tahun 1982 memasuki bisnis pebibitan ayam. Pertumbuhan perseroan semakin bertambah pesat setelah perseroan mencatatkan sahamnya di bursa efek Indonesia tahun 1989 dan mengakuisisi empat perusahaan pakan ternak pada tahun 1990, serta mengubah nama perusahaan menjadi PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

6. Lion Metal Works Tbk (LION)

PT Lion Metal Works Tbk didirikan pada tanggal 16 agustus 1972 di Jakarta dalam rangka penanaman modal asing yang merupakan kerjasama antara pengusaha Indonesia, perusahaan Singapura dan Malaysia. Pada awal kegiatan operasi, perusahaan memproduksi peralatan perkantoran dan kemudan berkembang dengan memproduksi peralatan pergudangan, kanal C, bahan bangunan dan kontruksi, peralatan rumah sakit, brankas dan peralatan pengaman.

7. Pelangi Indah Canindo Tbk (PICO)

PT Pelangi Indah Canindo Tbk adalah salah satu produsen terdepan dalam industry pengemasan metal di Indonesia dengan range produk beraneka produk stell drum, tabung gas elpiji, kaleng pail, kaleng biskuit dan kaleng umum serta jasa cetak logam (*metal printing*). Perusahaan berkantor pusat di Jl. Daan Mogot Km. 700, Jakarta Barat dan secara keseluruhan proses produksi dilakukan oleh perusahaan di pabrik-pabrik milik perusahaan yang berlokasi di Cimone, Cikupa, dan Cilacap. Perusahaan memulai operasinya pada tahun 1984 dan berdiri pada tahun 1983 telah tumbuh sebagai salah satu perusahaan terdepan untuk produk kategori industri kemasan dari logam.

8. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR)

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri semen. Diresmikan di Gresik pada tanggal 7 agustus 1957 oleh Presiden RI pertama dengan kapasitas terpasang 250.000 ton semesn per tahun. Pada tanggal 8 juli 1991 saham Semen Gresik tercatat di bursa efek Jakarta dan bursa efek Surabaya (kini menjadi Bursa Efek Indonesia) serta merupakan BUMN pertama yang *go public* dengan menjual 40 juta lembar saham kepada masyarakat.

9. Surya Toto Indonesia Tbk (TOTO)

Perseroan mengawali usahanya sebagai CV Surya, yng bergerak di bidang penjualan material bangunan, terutama produk saniter. Di tahun 1968, Perseroan ini kemudian menjadi agen penjualan resmi TOTO Ltd jepang, sebuah merek produk saniter ternama di dunia. Perseroan mencapai tonggak sejarah penting saat menjalin usahan bersama (*joint venture*) dengan TOTO Ltd Jepang pada juli 1977. CV Surya, kemudian berubah nama menjadi PT Surya Toto Indonesia (STI). Usaha ini merupakan pencapaian yang luar biasa bagi sebuah Perseroan Indonesia,

mengingat joint venture ini adalah bentuk usaha kerjasama pertama kali di luar Jepang yang dijalin oleh Toto Ltd, sejak perang dunia kedua.<sup>89</sup>

## B. Hasil Penelitian

### 1. Penentuan Metode Estimasi Data Panel

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel, untuk menguji spesifikasi model dan kesesuaian teori-teori dengan kenyataan. Pada bagian ini, akan dilakukan pemilihan model regresi data panel mana yang terbaik. Apakah *common effect*, *fixed effect* atau *random effect*. Pengolahan data untuk memilih model mana yang paling tepat diantara ketiga model tersebut, maka penelitian ini dilakukan secara elektronik dengan menggunakan perangkat lunak *Microsoft Excel 2007* dan *Eviews 9.0*. pemilihan model ini berdasarka pada tiga uji yaitu:

#### a. Uji Chow

Untuk menentukan model *Fixed Effect* atau *Common Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel, maka dilakukan *Uji Chow*. Ketentuannya, apabila probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya model *common effect* yang akan digunakan. Tetapi jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima berarti menggunakan pendekatan *fixed effect*. Hasil uji *chow* dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1

Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: Untitled  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	413.956519	(8,32)	0.0000
Cross-section Chi-square	209.208737	8	0.0000

Sumber: Output *Eviews 9*

<sup>89</sup> www.idx.co.id.



Hasil uji *chow* pada tabel 4.1 diatas menunjukkan nilai probabilitas *cross section*  $F = 0,0000$  lebih kecil dari signifikansi  $0,05$  ( $0,0000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya model *fixed effect* yang tepat digunakan dibandingkan dengan *common effect* untuk mengestimasi data panel.

b. Uji *Hausman*

Setelah dilakukan uji *chow* dan memperoleh hasil bahwa model *fixed effect* yang digunakan, model data panel harus dibandingkan lagi antara *fixed effect* dengan *random effect* dengan menggunakan uji hausman. Uji hausman digunakan untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan. Pendekatan *random effect* memiliki syarat bahwa *number of cross section* harus lebih besar daripada *number of time series*. Ketentuannya, apabila probabilitas Chi-Square  $\geq \alpha$   $0,05$  maka  $H_0$  diterima, model *random effect* yang akan digunakan. Tetapi jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima artinya model *fixed effect* yang digunakan. Hasil uji hausman dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.2

Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	3.190395	4	0.5265

Sumber: Output *Eviews* 9

Hasil dari uji hausman pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas  $> \text{Chi}^2$  sebesar  $0,5265$  yang nilainya lebih besar dari  $0,05$  ( $0,5265 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima. Artinya dalam penelitian ini model estimasi yang lebih tepat digunakan adalah *random effect* daripada *fixed effect*.

Berdasarkan hasil uji *chow* dan uji *hausman* maka metode yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*.

c. Uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Uji LM dilakukan untuk memilih model yang tepat digunakan antara *common effect* dan *random effect*. Uji LM ini didasarkan pada distribusi *Chi-Square* dengan derajat kebebasan (df) sebesar jumlah variabel independen. Apabila nilai probabilitas Breush-Pagan kurang dari nilai signifikansi 0,05 maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang berarti *random effect* adalah model yang tepat digunakan. Tetapi jika nilai probabilitas Breush-Pagan lebih besar daripada nilai signifikansi 0,05 maka yang digunakan adalah *common effect*. Berikut merupakan hasil uji LM pada model regresi:

Tabel 4.3

Uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	62.28637 (0.0000)	2.406612 (0.1208)	64.69299 (0.0000)

Sumber: Output *Eviews 9*

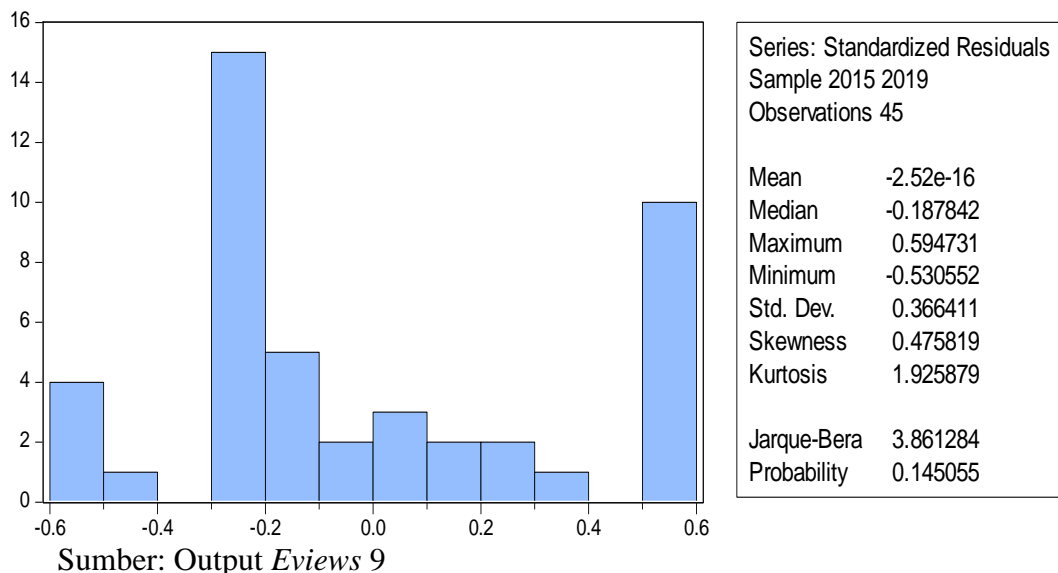
Dari hasil uji LM pada tabel 4.3 diatas didapatkan nilai probabilitas Breush-Pagan sebesar 0,0000. Nilai probabilitas tersebut  $<$  taraf signifikansi 0,05 ( $0,0000 < 0,05$ ) yang berarti estimasi model regresi yang paling baik adalah *Random Effect Model*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mendeteksi apakah residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk uji normalitas adalah uji *Jarque-Bera*. Jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 maka berdistribusi normal begitu juga sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 residual tidak berdistribusi normal. Berikut merupakan hasil dari uji *Jarque-Bera*.

Gambar 4.1  
Uji Normalitas



Dari gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas adalah 0,145055. Nilai probabilitas ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,145055 > 0,05$ ) yang menyatakan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat tingkat korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya menjadi terganggu. Ketentuannya jika terdapat koefisien korelasi yang lebih besar dari

0,9 maka terdapat gejala multikolinearitas. Berikut hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.4  
Uji Multikolinearitas

	Tunneling Incentive	Mekanisme Bonus	Leverage	Ukuran Perusahaan
Tunneling Incentive	1.000000	0.155843	0.170476	0.442000
Mekanisme Bonus	0.155843	1.000000	0.087902	0.185779
Leverage	0.170476	0.087902	1.000000	0.008871
Ukuran Perusahaan	0.442000	0.185779	0.008871	1.000000

Sumber: Output *Eviews 9*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.4 dapat dilihat semua korelasi antara variabel independen tidak ada yang memiliki nilai lebih dari 0,9. Artinya pada model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas atau dalam model ini tidak terdapat korelasi antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengambilan keputusan dilakukan apabila probabilitas  $> 0,05$  maka terjadi homokedastisitas, jika sebaliknya nilai probabilitas  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.5  
Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS  
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
Date: 04/14/21 Time: 14:19  
Sample: 2015 2019  
Periods included: 5  
Cross-sections included: 9  
Total panel (balanced) observations: 45  
Swamy and Arora estimator of component variances

---

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	1.690002	0.743201	2.273950	0.0284
TUNNELING_INCENTIVE	0.043021	0.098719	0.435789	0.6653
MEKANISME_BONUS	-0.008915	0.008170	-1.091160	0.2817
LEVERAGE	0.004744	0.022103	0.214656	0.8311
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.109987	0.058860	-1.868599	0.0690

Sumber: Output *Eviews 9*

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari setiap variabel lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Untuk nilai probabilitas dari variabel *tunneling incentive*  $0,6653 > 0,005$ , mekanisme bonus  $0,2817 > 0,05$ , *leverage*  $0,8311 > 0,05$ , dan ukuran perusahaan  $0,0690 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa model bersifat homokedastisitas atau asumsi tidak mengandung heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi melihat apakah terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Dasar pengambilan keputusan yaitu, apabila  $DU < DW < 4-DU$  maka tidak terjadi autokorelasi. Berikut hasil dari uji autokorelasi:

Tabel 4.6

Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.365387	Mean dependent var	0.014161
Adjusted R-squared	0.301926	S.D. dependent var	0.042006
S.E. of regression	0.035096	Sum squared resid	0.049270
F-statistic	5.757631	Durbin-Watson stat	1.437819
Prob(F-statistic)	0.000933		

Sumber: Output *Eviews 9*

Dari tabel 4.6 diatas sesuai dengan ketentuan pengambilan keputusan  $DU < DW < 4-DU$  maka tidak terjadi autokorelasi. Nilai DW didapat 1,437819, DU 1,7200, dan 4-DU 2,28. Maka

didapat:  $DU < DW < 4-DU = 1,7200 > 1,437819 < 2,28$  ini menunjukkan terdapat autokorelasi.

Masalah autokorelasi dapat disembuhkan dengan metode diferensi tingkat pertama (*first different*). Maka perlu dilakukan peningkatan standar diferensiasi dari tingkat dasar menjadi tingkat 1 atau *first different*. Persamaan juga harus diestimasi dengan diferensiasi tingkat 1 menjadi:

$$d(y)=c + d(X1) + d(X2) + d(X3) + d(X4)$$

Dimana:

d = diferensiasi tingkat 1

y = variabel dependen (*transfer pricing*)

X1, X2, X3, X4 = variabel independen (*tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, ukuran perusahaan)

Setelah persamaan diestimasi dari standar diferensiasi tingkat dasar menjadi tingkat 1, berikut hasil dari uji autokorelasi yang diperoleh pada tabel 4.7 berikut:

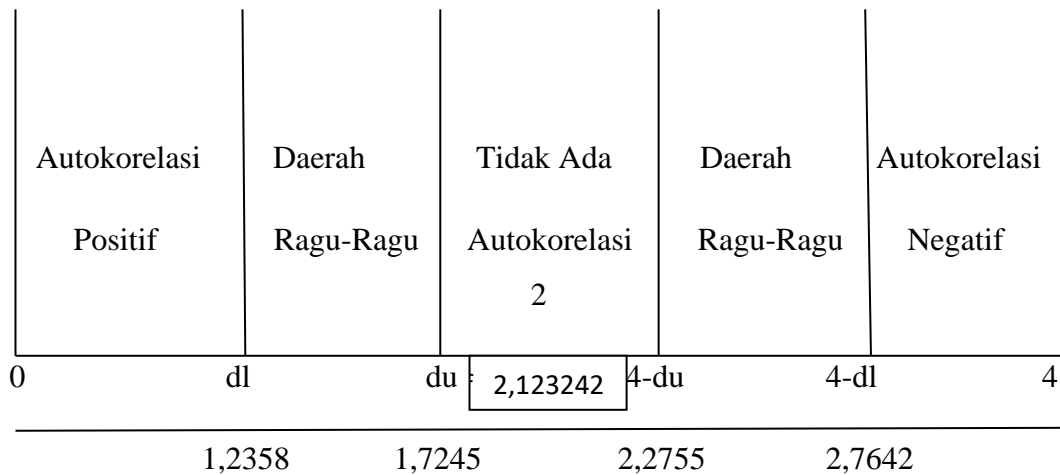
Tabel 4.7  
Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.139343	Mean dependent var	-0.008218
Adjusted R-squared	0.028290	S.D. dependent var	0.039768
S.E. of regression	0.039201	Sum squared resid	0.047639
F-statistic	1.254745	Durbin-Watson stat	2.123242
Prob(F-statistic)	0.308696		

Sumber: Output *Eviews 9*

Gambar 4.2

## Skema Autokorelasi



Dari hasil estimasi didapatkan nilai DW statistik sebesar 2,123242 pada seluruh populasi, dan jumlah variabel bebas didapat nilai dl sebesar 1,2358, du sebesar 1,7245, 4-du sebesar 2,2755, dan 4-dl sebesar 2,7642. Dengan melihat DW statistiknya maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dan menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  dalam model.

$DU < DW < 4-DU = 1,7245 < 2,123242 < 2,2755$  ini menunjukkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

### 3. Analisis Regresi Data Panel

Pada regresi data panel telah ditentukan menggunakan model *random effect*.

Tabel 4.8

#### Hasil Analisis Regresi Data panel Model *Random*

Dependent Variable: TRANSFER\_PRICING  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 04/14/21 Time: 14:11  
 Sample: 2015 2019  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 9

Total panel (balanced) observations: 45  
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.550801	1.203247	2.119932	0.0403
TUNNELING_INCENTIVE	0.413644	0.110355	3.748319	0.0006
MEKANISME_BONUS	-0.009342	0.009010	-1.036862	0.3060
LEVERAGE	-0.006508	0.026386	-0.246626	0.8065
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.187098	0.094800	-1.973620	0.0554

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.405289	0.9924
Idiosyncratic random		0.035457	0.0076

Weighted Statistics			
R-squared	0.365387	Mean dependent var	0.014161
Adjusted R-squared	0.301926	S.D. dependent var	0.042006
S.E. of regression	0.035096	Sum squared resid	0.049270
F-statistic	5.757631	Durbin-Watson stat	1.437819
Prob(F-statistic)	0.000933		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.104374	Mean dependent var	0.362219
Sum squared resid	5.907294	Durbin-Watson stat	0.011992

Sumber: Output *Eviews 9*

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil persamaan estimasi untuk model keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah sebagai berikut:

$$YTP = 2,550801 + 0,413644 \text{ TNC} - 0,009342 \text{ MB} - 0,006508 \text{ LVR} - 0,187098 \text{ UP}$$

Persamaan regresi data panel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2,550801 artinya menyatakan bahwa jika variabel independen tetap maka variabel dependen adalah sebesar 2,550801.
- Koefisien regresi variabel *Tunneling Incentive* adalah sebesar 0,413644 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan



*Tunneling Incentive* mengalami kenaikan 1 dalam satuan maka *Transfer Pricing* akan mengalami peningkatan sebesar 0,413644. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *tunneling incentive* dengan *transfer pricing*.

- c. Koefisien regresi variabel Mekanisme Bonus adalah sebesar -0,009342 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan mekanisme bonus mengalami kenaikan 1 dalam satuan maka mekanisme bonus akan mengalami penurunan sebesar 0,009342. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *tunneling incentive* dengan mekanisme bonus.
- d. Koefisien regresi variabel *Leverage* adalah sebesar -0,006508 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *leverage* mengalami kenaikan 1 dalam satuan maka *leverage* akan mengalami penurunan sebesar -0,006508. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *tunneling incentive* dengan *leverage*.
- e. Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan adalah sebesar -0,187098 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1 dalam satuan maka ukuran perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,187098. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *tunneling incentive* dengan ukuran perusahaan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitinya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai *probability* < 0,05 atau t hitung > t tabel maka dinyatakan berpengaruh

Jika nilai *probability* > 0,05 atau t hitung < t tabel maka dinyatakan tidak berpengaruh

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel 4.8 dapat dijelaskan mengenai pengujian hipotesis dari masing-masing variabel bebas yaitu sebagai berikut:

1) *Tunneling incentive* hipotesis yang diajukan adalah:

$H_{a1}$  : *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

$H_{01}$  : *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil estimasi variabel *tunneling incentive* memiliki nilai *probability* lebih kecil dari taraf signifikan ( $0,0006 < 0,05$ ) atau nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,748319 > 2,02108$ ) dengan koefisien 0,413644. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hipotesis yang diajukan menerima  $H_{a1}$  (menolak  $H_{01}$ ) yang artinya secara statistik *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

2) Mekanisme bonus hipotesis yang diajukan adalah:

$H_{a2}$  : mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

$H_{02}$  : mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil estimasi variabel mekanisme bonus memiliki nilai *probability* lebih besar dari taraf signifikansi ( $0,3060 > 0,05$ ) atau  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $-1,036862 < 2,02108$ ) dengan koefisien -0,009342. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan hipotesis yang diajukan menerima  $H_{02}$  dan menolak  $H_{a2}$  artinya secara statistik mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

3) *Leverage* hipotesis yang diajukan adalah:

$H_{a3}$  : *leverage* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

$H_{03}$  : *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil estimasi variabel *leverage* memiliki nilai *probability* lebih besar dari taraf signifikansi ( $0,8065 > 0,05$ ) atau  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-0,246626 < 2,02108$ ) dengan koefisien  $-0,006508$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hipotesis yang diajukan menolak  $H_{a3}$  dan menerima  $H_{03}$  yang berarti secara statistik *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

4) Ukuran perusahaan hipotesis yang diajukan adalah:

$H_{a4}$  : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

$H_{04}$  : ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh hasil estimasi variabel ukuran perusahaan memiliki nilai *probability* lebih besar dari taraf signifikansi ( $0,0554 > 0,05$ ) atau  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $-1,973620 < 2,02108$ ) dengan koefisien  $-0,187098$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan hipotesis yang diajukan menerima  $H_{04}$  dan menolak  $H_{a4}$  yang artinya secara statistik ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

b. Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage* dan ukuran perusahaan yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{a5}$  : *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

$H_{05}$  : *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel 4.8 menunjukkan nilai *probability* 0,000933. Nilai signifikan  $0,000933 < 0,05$  atau  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $5,757631 > 2,61$ ) menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* ( $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan hipotesis yang diajukan menerima  $H_{a5}$  (menolak  $H_{05}$ ) yang artinya secara statistik menunjukkan semua variabel bebas (*tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

c. Koefisien Determinasi (R-square)

Dalam tabel 4.8 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0,365387. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas yaitu *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan variasi variabel *transfer pricing* sebesar 36,53%, sedangkan

sisanya 63,47% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis regresi yang telah dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (*tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (*transfer pricing*). Berikut ini merupakan tabel yang merangkum hubungan yang terjadi pada variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9

Tabel Hubungan Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Variabel	Hubungan yang ditemukan	Signifikansi
<i>Tunneling incentive</i>	Berpengaruh	Signifikan
Mekanisme bonus	Tidak berpengaruh	Tidak signifikan
<i>Leverage</i>	Tidak berpengaruh	Tidak signifikan
Ukuran Perusahaan	Tidak berpengaruh	Tidak signifikan

Sumber: Output *Eviews 9*

#### 1. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara parsial variabel *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi untuk variabel *tunneling incentive* sebesar 0,0006 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,748319 > 2,02108$ ) sehingga  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. *Tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* dimana apabila *tunneling incentive*

suatu perusahaan semakin besar, maka akan semakin besar pula keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

*Tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham terbesar, menunjukkan bahwa adanya pemegang saham pengendali mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan *transfer pricing*, transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan untuk melakukan *tunneling* seperti melakukan 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.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ella Yuniar Rahmawati (2018), Dea Cheisa Rosita (2020), Sapta Setia Darma (2020) yang menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Tetapi hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bela Pratiwi (2018) yang menyimpulkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

## 2. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara parsial variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi untuk variabel mekanisme bonus sebesar 0,3036 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 atau  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $-1,036862 < 2,02108$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* dimana berdasarkan hasil nilai *indeks trend* laba bersih pada penelitian yang dilakukan, *indeks trend* laba bersih cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba dengan melakukan *transfer pricing* untuk mendapatkan bonus.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ella Yuniar Rahmawati (2018), Gusti Ayu Rai Surya Saraswaati (2017), dan Pipit Kusuma Wardani (2018) yang menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Tetapi hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Machfirah Aprilia Rezky, dkk (2018) yang menyimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

### 3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara parsial variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan untuk variabel *leverage* sebesar 0,8065 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-0,246626 < 2,02108$ ) sehingga  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak. Jadi *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* dimana jika semakin tinggi nilai *leverage* semakin besar pula pembiayaan dari kreditur. Hal ini bank sebagai kreditur akan meningkatkan pengawasan yang ketat terhadap terjadinya transaksi pihak berelasi di perusahaan. Transaksi pihak berelasi merupakan proksi yang digunakan untuk mengukur keberadaan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elsa Kisari Putri (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Tetapi hasil ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pipit Kusuma Wardani (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikansi terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

### 4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara parsial variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi untuk variabel ukuran perusahaan 0,0554 lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-1,973620 < 2,02108$ ) sehingga  $H_{04}$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak. Artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan besar memiliki sumber daya dan kesempatan yang lebih banyak untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan yang relatif lebih besar akan semakin diperhatikan kinerjanya oleh masyarakat, maka para direksi atau pihak manajemen perusahaan akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya.

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dea Cheisa Rosita (2020) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Kumala Sari (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

5. Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara simultan variabel *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dari hasil statistik bisa dilihat nilai signifikansi 0,000933 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau F hitung lebih besar dari F tabel ( $5,757631 > 2,61$ ) sehingga  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{05}$  ditolak. Dari keempat variabel bebas tersebut mempengaruhi terhadap variabel terikat sebesar 0,365387 atau 36,53% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data tentang pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Berdasarkan hasil estimasi model dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan hasil t-hitung untuk variabel independen *tunneling incentive* adalah 3,748319, dan nilai t-tabel dengan ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $df = (n-k)$ ,  $df = 40$  dimana nilai t-tabel adalah sebesar 2,02108 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,748319 > 2,02108$ ). Kemudian jika dilihat dari nilai signifikansi 0,0006 lebih kecil 0,05 maka  $H_{a1}$  diterima ( $H_{01}$  ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
2. Hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan hasil t-hitung untuk variabel mekanisme bonus adalah -1,036862 sementara nilai t-tabel adalah sebesar 2,02108 yang berarti bahwa nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ( $-1,036862 < 2,02108$ ). Selain itu dapat dilihat juga dari nilai signifikansi probabilitasnya yaitu sebesar 0,3036 lebih besar dari 0,05 sehingga  $H_{a2}$  ditolak ( $H_{02}$  diterima). Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
3. Hasil dari uji t dengan analisis regresi data panel menunjukkan variabel independen *leverage* nilai t-hitung sebesar -0,246626 sementara nilai t-tabel sebesar 2,02108 yang berarti bahwa nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ( $-0,246626 < 2,02108$ ) selain itu bisa dilihat dari signifikansi probabilitasnya yaitu sebesar 0,8065 yang lebih besar dari 0,05 sehingga  $H_{a3}$  ditolak ( $H_{03}$  diterima). Hal ini menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

4. Hasil dari uji t dengan analisis regresi data panel yang menunjukkan hasil t-hitung untuk variabel independen ukuran perusahaan adalah sebesar -1,973620 sementara nilai t-tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 2,02108 yang berarti bahwa nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ( $-1,973620 < 2,02108$ ) dan selain itu juga bisa dilihat dari nilai signifikansi probabilitasnya yaitu sebesar 0,0554 lebih besar dari 0,05 sehingga  $H_{a4}$  ditolak ( $H_{04}$  diterima). Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
5. Hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan nilai F hitung yaitu sebesar 5,757631 sementara F tabel dengan tingkat signifikansi = 0,05 adalah sebesar 2,61. Artinya nilai F hitung  $>$  F tabel ( $5,757631 > 2,61$ ), dan jika dilihat dari nilai probabilitas yaitu sebesar 0,000933 lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 sehingga  $H_{05}$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

## B. Saran

Penelitian ini di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya masukan mengenai beberapa hal, diantaranya:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor lain yang mungkin berpengaruh dalam keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* selain variabel dalam penelitian ini seperti nilai kurs, *intangible asset*, pajak, kepemilikan asing dan lain-lain.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah tahun penelitian, karena dengan periode yang lebih panjang diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih baik.
3. Proksi yang digunakan untuk pengukuran *transfer pricing* dalam penelitian ini menggunakan persentase piutang berelasi dari total piutang

atau nilai penjualan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan proksi *transfer pricing* yang lain apabila data tersedia.

4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan jumlah sampel tidak hanya terfokus pada sektor industri dasar dan kimia saja, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadiyah, Ria. "Transaksi Rekayasa Pajak Pada Transfer Pricing Menurut Hukum Islam." *Maliyah* 03, no. 02 (2013).
- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Anoraga, Pandji. *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya, 1995.
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, dan Hagi Arfilindo. *Buku Ajar Ekonometrika Ed. 1, Cet. 1*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Anwar, Mokhammad. *Dasar-Dasar Manajemen keuangan Perusahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Asnawi, Said kelana, dan Chandra Wijaya. *Pengantar Valuasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Ayu, Gusti, Rai Surya, dan I Ketut Sujana. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing." *E-Jurnal Akuntansi* 19, no. 2 (2017).
- Belkaoui, Ahmed Riahi. *Teori akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Cahyadi, Anisa Sheirina, dan Naniek Noviari. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing." *E-Jurnal Akuntansi* 24, no. 2 (2018).
- Carter, william K. *Akuntansi Biaya, Terj. Krista,*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Chandra, Gregorius, Fandy Tjiptono, dan Yanto Chandra. *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Darma, Sapta Setia. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive Dan Bonus Plan Terhadap Transaksi Transfer Pricing Pada Perusahaan Multinasional Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017." *Jurnal Ekonomi Efektif* 2, no. 3 (2020).
- Darussalam, Danny Septriadi, dan B. Bawono Kristiaji. *Transfer Pricing: Ide, Strategi, dan Panduan Praktis Dalam Perspektif Pajak Internasional*. Jakarta: Danny Darussalam Tax Center, 2013.
- Fairuz, Annisa Amalia. "Pengaruh Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, Rasio Pasar, Inflasi dan Kurs Terhadap Return Saham Syariah Studi Pada Saham Syariah yang Tergabung Dalam Kelompok ISSI Pada Sektor Industri Tahun 2011-2015." (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

- Garrison, Ray H, dan Eric W Noreen. *Akuntansi Manajerial, Terj. A. Totok Budisantoso*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Greuning, Hennie Van. *Standar Pelaporan Keuangan Internasional: Pedoman Praktis*. Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Hansen, Don R., dan Maryanne M Mowen. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Hery. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo, 2016.
- <https://investigasi.tempo.co/toyota/>.
- Idris, Umar. "Sengketa Pajak Toyota Motor Menanti Palu Hakim." *kontan.co.id*. Last modified 2020. <https://amp.kontan.co.id/news/sengketa-pajak-toyota-motor-menanti-palu-hakim>.
- Ilyas, Wirawan B, dan Diaz Priantara. *Akuntansi Perpajakan*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Kamilah, Anita. *Transfer Pricing Perusahaan Multinasional di Sektor Pajak*. Bandung, 2016. [http://dosen.unsur.ac.id/ebook\\_Anita-Kamilah\\_923](http://dosen.unsur.ac.id/ebook_Anita-Kamilah_923).
- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir, dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Maulani, Silma Taqiya, Ismet Ismatullah, dan Rinaldi Rinaldi. "Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terindeks Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo 7*, no. 1 (2021): 1.
- Melani, Tria. "Pengaruh Tax Minimization, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan melakukan Transfer Pricing." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016).
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam; Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Mulyani, Hani Sri, Endah Prihartini, Dadang Sudirno, Fakultas Ekonomika, dan Universitas Majalengka. "Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak , Tunneling dan Exchange Rate." *Jurnal Akuntansi dan Pajak 20*, no. 2 (2020).
- Noch, Muhamad Yamin, Mohamad Ridwan Rumasukun, Hendra Harmain, Sondang Aida Silalahi, dan Nesti Hapsari. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Medan: Madenatera, 2019.

- Nurlaila. “Pengaruh Bonus Plan , Kepemilikan Asing , Exchange Rate Dan Kualitas Audit Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing.” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau, 2019).
- Nurlita, Tika. “Pengaruh Debt Covenant, Tunneling Incentive, Dan Intangible Assets Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016.” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Hidayatullah, 2018).
- Pratiwi, Bela. “Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19, no. 3 (2018).
- Priyastama, Romie. *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta: Start Up, 2017.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2008.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wage Group, 2016.
- Putri, Elsa Kisari. “Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014).” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016).
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Rahmawati, Ella Yuniar. “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016).” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2018).
- Rahmawati, Syarifah. *Konflik Keagenan Dan Tata Kelola Perusahaan di Indonesia*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2017.
- Raiborn, Cecily A, dan Michael R Kinney. *Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan, Terj. Biro Bahasa Alkemis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Rezky, Machfirah Aprilia, dan Fachrizal. “Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Multinationality terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 3, no. 3 (2018).
- Rosita, Dea Cheisa. “Pengaruh Tax Minimization, Tunneling Incentive,

Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017).” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).

Santoso, Agung Budi. *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2018.

Sari, Devi Kumala. “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun Periode 2013-2016).” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, 2018).

Sari, Ratna Chandra, dan Sugiharto. *Tunneling dan Corporate Governance*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Press, 2014.

Sarmanu. *Dasar Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.

Sartono, Agus. *Manajemen Keuangan Internasional*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2003.

Sarwono, Jonathan, dan Ely Suhayati. *Riset Akuntansi menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Setiawan, Budi. *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

Setiawan, Hadi. “Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara.” Diakses Desember 2, 2020. [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id).

Silalahi, Alistraja Dison, Jubi, Kamilah, Lufriansyah, Christine Dewi Nainggolan, Masta Sembiring, Darwanis, dan Puguh Setiawan. *Akuntansi Manajemen*. Medan: Madenatera, 2019.

Sugiono, Arief, dan Edy Untung. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Suwanto, Sukarnen. *Venture Bersama (Joint Venture) panduan Akuntansi PSAK 12 (Revisi 2009)/ IAS 31 dan Interaksinya dengan Standar Akuntansi lainnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Umar, Husein. *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.

———. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pers,

2009.

Utari, Dewi, Ari Purwanti, dan Darsono Prawironegoro. *Akuntansi Manajemen (Pendekatan Praktis)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.

Wardani, Pipit Kusuma, dan Kurnia. "Pengaruh Pajak, Leverage, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing." *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 7, no. 11 (2018).

Q.S. Al-Baqarah (2): 195.

Q.S. Al-Baqarah (2): 267.

Q.S. An-Nahl (16): 90.

Q.S. An-Nisa (4): 29.

Q.S. An-Nisa (4): 59.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).



# LAMPIRAN

## Lampiran 1

Perhitungan Variabel *Tunneling Incentive* Periode 2015-2019

No	Perusahaan	Tahun	Kepemilikan Mayoritas	Jumlah Saham	TNC
1	ARNA	2015	1,800,000,000	7,341,430,976	0.245183808
		2016	2,740,000,000	7,341,430,976	0.37322424
		2017	2,740,000,000	7,341,430,976	0.37322424
		2018	2,740,000,000	7,332,150,676	0.37369663
		2019	2,740,000,000	7,326,839,776	0.373967506
2	CPIN	2015	9,106,385,410	16,398,000,000	0.555335127
		2016	9,106,385,410	16,398,000,000	0.555335127
		2017	9,106,385,410	16,398,000,000	0.555335127
		2018	9,106,385,410	16,398,000,000	0.555335127
		2019	9,106,385,410	16,398,000,000	0.555335127
3	DPNS	2015	169,485,935	331,129,952	0.511841149
		2016	169,485,935	331,129,952	0.511841149
		2017	169,485,935	331,129,952	0.511841149
		2018	169,485,935	331,129,952	0.511841149
		2019	169,485,935	331,129,952	0.511841149
4	INTP	2015	1,877,480,863	3,681,231,699	0.510014315
		2016	1,877,480,863	3,681,231,699	0.510014315
		2017	1,877,480,863	3,681,231,699	0.510014315
		2018	1,877,480,863	3,681,231,699	0.510014315
		2019	1,877,480,863	3,681,231,699	0.510014315
5	JPFA	2015	6,165,985,835	10,660,522,910	0.578394314
		2016	5,819,366,685	11,390,198,170	0.510910047
		2017	5,819,366,685	11,386,157,970	0.511091336
		2018	6,148,115,716	11,717,177,201	0.52470963
		2019	6,148,115,716	11,719,214,001	0.524618436
6	LION	2015	150,060,000	520,016,000	0.288568044
		2016	150,060,000	520,160,000	0.288488157
		2017	150,060,000	520,160,000	0.288488157
		2018	150,060,000	520,160,000	0.288488157
		2019	150,060,000	520,160,000	0.288488157
7	PICO	2015	432,875,000	568,375,000	0.761601056
		2016	229,063,000	568,375,000	0.403013855
		2017	229,063,000	568,375,000	0.403013855
		2018	272,875,000	568,375,000	0.480096767
		2019	272,437,593	568,375,000	0.479327192

8	SMGR	2015	3,025,406,000	5,931,520,000	0.51005577
		2016	3,025,406,000	5,931,520,000	0.51005577
		2017	3,025,406,000	5,931,520,000	0.51005577
		2018	3,025,405,000	5,931,520,000	0.510055601
		2019	3,025,405,000	5,931,520,000	0.510055601
9	TOTO	2015	391,154,680	1,032,000,000	0.379025853
		2016	3,911,546,800	10,320,000,000	0.379025853
		2017	3,911,546,800	10,320,000,000	0.379025853
		2018	3,911,546,800	10,320,000,000	0.379025853
		2019	3,911,546,800	10,320,000,000	0.379025853

## Lampiran 2

### Perhitungan Variabel Mekanisme Bonus Periode 2015-2019

No	Perusahaan	Tahun	Laba Bersih	Laba Bersih	Mekanisme
			Tahun Ini	Tahun Lalu	Bonus
1	ARNA	2015	69,781,900,528	259,514,561,460	0.268893969
		2016	90,482,941,549	69,781,900,528	1.296653443
		2017	120,830,029,477	90,482,941,549	1.335390157
		2018	156,623,497,165	120,830,029,477	1.296229901
		2019	215,534,820,322	156,623,497,165	1.376133366
2	CPIN	2015	1,836,978,000,000	1,745,724,000,000	1.052272868
		2016	2,220,561,000,000	1,836,978,000,000	1.208811973
		2017	2,497,765,000,000	2,220,561,000,000	1.12483512
		2018	4,554,391,000,000	2,497,765,000,000	1.823386508
		2019	3,634,620,000,000	4,554,391,000,000	0.798047423
3	DPNS	2015	10,960,263,325	15,435,787,755	0.710055327
		2016	11,285,757,167	10,960,263,325	1.02969763
		2017	7,057,441,683	11,285,757,167	0.625340558
		2018	10,416,501,176	7,057,441,683	1.475959936
		2019	5,162,588,573	10,416,501,176	0.495616377
4	INTP	2015	4,356,661,000,000	5,290,279,000,000	0.823521973
		2016	3,870,319,000,000	4,356,661,000,000	0.888368179
		2017	1,859,818,000,000	3,870,319,000,000	0.480533517
		2018	1,145,937,000,000	1,859,818,000,000	0.616155452
		2019	1,835,305,000,000	1,145,937,000,000	1.601575828
5	JPFA	2015	468,230,000,000	339,341,000,000	1.379821478
		2016	2,064,650,000,000	468,230,000,000	4.409478248
		2017	997,352,000,000	2,064,650,000,000	0.483061052

		2018	2,167,961,000,000	997,352,000,000	2.173717003
		2019	1,765,178,000,000	2,167,961,000,000	0.814211141
6	LION	2015	49,472,226,776	44,712,658,815	1.106447885
		2016	42,345,417,055	49,472,226,776	0.855943219
		2017	9,282,943,009	42,345,417,055	0.219219544
		2018	14,679,673,993	9,282,943,009	1.581359918
		2019	926,463,199	14,679,673,993	0.063111974
7	PICO	2015	14,975,406,018	16,226,153,752	0.922917794
		2016	13,753,451,941	14,975,406,018	0.918402608
		2017	16,824,380,227	13,753,451,941	1.223284183
		2018	15,730,408,346	16,824,380,227	0.934976988
		2019	7,487,452,045	15,730,408,346	0.475985866
8	SMGR	2015	4,521,490,578,000	5,559,902,041,000	0.813232058
		2016	4,521,596,208,000	4,521,490,578,000	1.000023362
		2017	2,014,014,753,000	4,521,596,208,000	0.445421188
		2018	3,079,115,000,000	2,014,014,753,000	1.528844312
		2019	2,392,151,000,000	3,079,115,000,000	0.776895634
9	TOTO	2015	285,236,780,659	295,861,032,723	0.964090398
		2016	168,564,583,718	285,236,780,659	0.590963702
		2017	278,935,804,544	168,564,583,718	1.654771117
		2018	346,692,796,102	278,935,804,544	1.242912493
		2019	140,597,500,915	346,692,796,102	0.405539147

### Lampiran 3

#### Perhitungan Variabel *Leverage* Periode 2015-2019

No	Perusahaan	Tahun	Total Hutang	Total Ekuitas	DER
1	ARNA	2015	536,050,998,398	894,728,477,056	0.599121423
		2016	595,128,097,887	948,088,201,259	0.627713853
		2017	571,946,769,034	1,029,399,792,539	0.555611895
		2018	556,309,556,626	1,096,596,429,104	0.507305643
		2019	622,355,306,743	1,176,781,762,600	0.528862128
2	CPIN	2015	12,123,488,000,000	12,561,427,000,000	0.965136206
		2016	10,047,751,000,000	14,157,243,000,000	0.709725121
		2017	8,819,768,000,000	15,702,825,000,000	0.561667598
		2018	8,253,944,000,000	19,391,174,000,000	0.425654682
		2019	8,281,441,000,000	21,071,600,000,000	0.393014342
3	DPNS	2015	33,187,031,327	241,296,079,044	0.137536555
		2016	32,865,162,199	263,264,403,585	0.124837091

		2017	40,655,786,593	267,835,387,367	0.151793932
		2018	44,476,413,260	277,708,599,001	0.160154973
		2019	36,039,752,024	282,101,635,876	0.127754495
4	INTP	2015	3,772,410,000,000	23,865,950,000,000	0.158066618
		2016	4,011,877,000,000	26,138,703,000,000	0.153484165
		2017	4,307,169,000,000	24,556,507,000,000	0.175398276
		2018	4,566,973,000,000	23,221,589,000,000	0.196669272
		2019	4,627,488,000,000	23,080,261,000,000	0.20049548
5	JPFA	2015	11,049,774,000,000	6,109,692,000,000	1.808564818
		2016	9,878,062,000,000	9,372,964,000,000	1.053888823
		2017	11,293,242,000,000	9,795,628,000,000	1.152885961
		2018	12,823,219,000,000	10,214,809,000,000	1.255355729
		2019	13,736,841,000,000	11,448,168,000,000	1.199916091
6	LION	2015	184,730,654,202	454,599,496,171	0.406359127
		2016	215,209,902,816	470,603,093,171	0.457306605
		2017	229,630,859,719	452,307,088,017	0.507687953
		2018	221,022,066,026	475,170,562,075	0.46514259
		2019	219,318,262,582	468,699,629,730	0.467929242
7	PICO	2015	358,697,326,131	247,090,984,313	1.451681158
		2016	372,723,897,214	265,842,864,248	1.402045898
		2017	440,555,207,508	279,683,750,237	1.575190576
		2018	553,371,264,957	299,561,177,628	1.847272966
		2019	825,976,596,232	301,639,460,401	2.738290922
8	SMGR	2015	10,712,320,531,000	27,440,798,401,000	0.390379331
		2016	13,652,504,525,000	30,574,391,457,000	0.446533974
		2017	18,524,450,664,000	30,439,052,302,000	0.608575145
		2018	18,168,521,000,000	32,615,315,000,000	0.557054899
		2019	45,915,143,000,000	33,891,924,000,000	1.35475174
9	TOTO	2015	947,997,940,099	1,491,542,919,106	0.635582073
		2016	1,057,566,418,720	1,523,874,519,542	0.693998361
		2017	1,132,699,218,954	1,693,791,596,547	0.668735883
		2018	967,642,637,307	1,929,477,152,737	0.501505103
		2019	994,204,688,438	1,924,262,563,701	0.516667895

## Lampiran 4

### Perhitungan Variabel Ukuran Perusahaan Periode 2015-2019

No	Perusahaan	Tahun	Total Aset	Size
1	ARNA	2015	1,430,779,475,454	12.1555727
		2016	1,543,216,299,146	12.1884268
		2017	1,601,346,561,573	12.20448533
		2018	1,652,905,985,730	12.21824815
		2019	1,799,137,069,343	12.25506425
2	CPIN	2015	24,684,915,000,000	13.39243164
		2016	24,204,994,000,000	13.38390498
		2017	24,522,593,000,000	13.38956639
		2018	27,645,118,000,000	13.44161845
		2019	29,353,041,000,000	13.4676531
3	DPNS	2015	274,483,110,371	11.43851563
		2016	296,129,565,784	11.47148177
		2017	308,491,173,960	11.48924274
		2018	322,185,012,261	11.50810533
		2019	318,141,387,900	11.50262017
4	INTP	2015	27,638,360,000,000	13.44151227
		2016	30,150,580,000,000	13.47929567
		2017	28,863,676,000,000	13.46035164
		2018	27,788,562,000,000	13.44386607
		2019	27,707,749,000,000	13.44260124
5	JPFA	2015	17,159,466,000,000	13.23450377
		2016	19,251,026,000,000	13.28445388
		2017	21,088,870,000,000	13.32405331
		2018	23,038,028,000,000	13.3624453
		2019	25,185,009,000,000	13.40114211
6	LION	2015	639,330,150,373	11.80572519
		2016	685,812,995,987	11.83620571
		2017	681,937,947,736	11.83374486
		2018	696,192,628,101	11.84272942
		2019	688,017,892,312	11.83759973
7	PICO	2015	605,788,310,444	11.78232089
		2016	638,566,761,462	11.80520631
		2017	720,238,957,745	11.85747661
		2018	852,932,442,585	11.93091463
		2019	1,127,616,056,633	12.05216125
8	SMGR	2015	38,153,118,932,000	13.58153005

		2016	44,226,895,982,000	13.64568646
		2017	48,963,502,966,000	13.68987248
		2018	50,783,836,000,000	13.7057255
		2019	79,807,067,000,000	13.90204135
9	TOTO	2015	2,439,540,859,205	12.3873081
		2016	2,581,440,938,262	12.41186219
		2017	2,826,490,815,501	12.45124758
		2018	2,897,119,790,044	12.46196645
		2019	2,918,467,252,139	12.46515482

### Lampiran 5

#### Perhitungan Variabel *Transfer Pricing* Periode 2015-2019

No	Perusahaan	Tahun	Piutang Berelasi	Total Piutang	Transfer Pricing
1	ARNA	2015	397,467,569,273	413,926,177,287	0.960237818
		2016	442,233,969,661	463,045,386,250	0.955055342
		2017	502,676,230,333	527,662,461,156	0.952647322
		2018	480,061,330,487	503,845,537,083	0.952794647
		2019	494,132,691,237	523,863,788,842	0.943246511
2	CPIN	2015	289,173,000,000	3,339,849,000,000	0.086582657
		2016	128,882,000,000	2,595,608,000,000	0.049653877
		2017	119,772,000,000	2,568,098,000,000	0.046638407
		2018	6,317,000,000	3,020,390,000,000	0.002091452
		2019	2,130,000,000	3,238,865,000,000	0.000657638
3	DPNS	2015	1,400,000,000	16,210,535,264	0.086363589
		2016	1,400,000,000	12,653,123,918	0.110644613
		2017	1,400,000,000	18,537,444,544	0.075522815
		2018	1,400,000,000	19,252,411,124	0.072718165
		2019	1,400,000,000	15,006,986,060	0.093289885
4	INTP	2015	36,101,000,000	2,544,260,000,000	0.014189195
		2016	69,081,000,000	2,616,979,000,000	0.026397231
		2017	17,719,000,000	2,503,780,000,000	0.0070769
		2018	4,221,000,000	2,992,634,000,000	0.001410463
		2019	12,716,000,000	3,021,217,000,000	0.0042089
5	JPFA	2015	47,653,000,000	1,253,885,000,000	0.038004283
		2016	65,595,000,000	1,297,333,000,000	0.050561421
		2017	97,012,000,000	1,626,891,000,000	0.059630301
		2018	92,056,000,000	1,822,474,000,000	0.050511557

		2019	116,720,000,000	2,039,842,000,000	0.057220118
6	LION	2015	19,613,090,341	96,861,786,712	0.202485325
		2016	24,631,719,980	110,388,634,823	0.223136376
		2017	21,688,175,348	112,168,268,775	0.193353928
		2018	25,535,860,218	137,952,918,961	0.185105617
		2019	27,305,888,973	125,696,636,140	0.217236434
7	PICO	2015	147,454,326,818	158,534,987,306	0.930105899
		2016	74,306,073,161	88,999,986,357	0.834899826
		2017	112,414,549,525	168,597,178,915	0.666764119
		2018	109,522,305,709	163,430,073,921	0.670147807
		2019	108,635,720,123	153,373,243,788	0.708309464
8	SMGR	2015	855,552,029,000	3,628,640,501,000	0.235777567
		2016	663,818,373,000	4,018,283,712,000	0.165199478
		2017	890,838,977,000	4,995,014,731,000	0.178345616
		2018	1,233,211,000,000	5,959,717,000,000	0.206924423
		2019	1,605,866,000,000	6,859,591,000,000	0.234105211
9	TOTO	2015	525,582,282,052	545,590,081,452	0.963328147
		2016	458,535,624,577	481,003,216,500	0.953290142
		2017	482,983,777,209	527,574,475,266	0.915479804
		2018	417,922,537,010	437,367,784,610	0.955540284
		2019	495,297,304,989	514,351,618,177	0.962954694



## Lampiran 6

### *Output Hasil Penelitian Data*

#### 1. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: Untitled  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	413.956519	(8,32)	0.0000
Cross-section Chi-square	209.208737	8	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:  
Dependent Variable: TRANSFER\_PRICING  
Method: Panel Least Squares  
Date: 04/14/21 Time: 14:12  
Sample: 2015 2019  
Periods included: 5  
Cross-sections included: 9  
Total panel (balanced) observations: 45

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.425196	0.788439	3.075947	0.0038
TUNNELING_INCENTIVE	-1.405776	0.540275	-2.601962	0.0129
MEKANISME_BONUS	-0.008106	0.073353	-0.110513	0.9126
LEVERAGE	0.233431	0.089389	2.611404	0.0126
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.124408	0.068626	-1.812836	0.0774
R-squared	0.362667	Mean dependent var		0.362219
Adjusted R-squared	0.298933	S.D. dependent var		0.387173
S.E. of regression	0.324178	Akaike info criterion		0.689394
Sum squared resid	4.203668	Schwarz criterion		0.890134
Log likelihood	-10.51137	Hannan-Quinn criter.		0.764228
F-statistic	5.690375	Durbin-Watson stat		0.146256
Prob(F-statistic)	0.001009			

#### 2. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	3.190395	4	0.5265

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
TUNNELING_INCENTIVE	0.426503	0.413644	0.000218	0.3839
MEKANISME_BONUS	-0.009513	-0.009342	0.000000	0.5472
LEVERAGE	-0.011390	-0.006508	0.000082	0.5898
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.162551	-0.187098	0.004159	0.7035

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: TRANSFER\_PRICING

Method: Panel Least Squares

Date: 04/14/21 Time: 14:14

Sample: 2015 2019

Periods included: 5

Cross-sections included: 9

Total panel (balanced) observations: 45

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.238298	1.446832	1.547034	0.1317
TUNNELING_INCENTIVE	0.426503	0.111338	3.830687	0.0006
MEKANISME_BONUS	-0.009513	0.009014	-1.055326	0.2992
LEVERAGE	-0.011390	0.027897	-0.408272	0.6858
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.162551	0.114658	-1.417709	0.1659

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.993900	Mean dependent var	0.362219
Adjusted R-squared	0.991613	S.D. dependent var	0.387173
S.E. of regression	0.035457	Akaike info criterion	-3.604133
Sum squared resid	0.040231	Schwarz criterion	-3.082209
Log likelihood	94.09300	Hannan-Quinn criter.	-3.409565
F-statistic	434.5263	Durbin-Watson stat	1.775835
Prob(F-statistic)	0.000000		

### 3. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

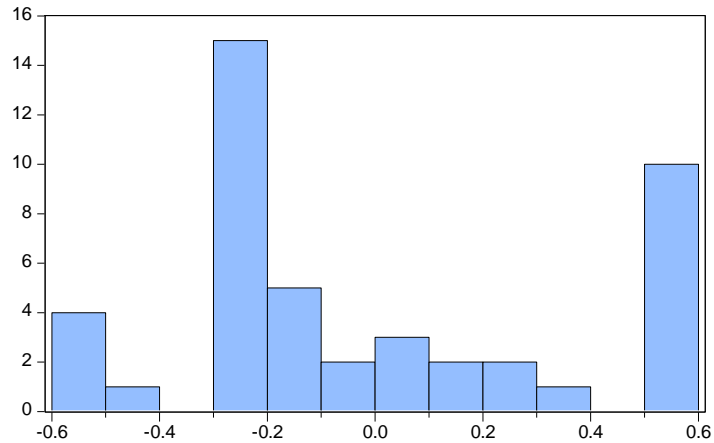
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	62.28637 (0.0000)	2.406612 (0.1208)	64.69299 (0.0000)

Honda	7.892172 (0.0000)	-1.551326 --	4.483655 (0.0000)
King-Wu	7.892172 (0.0000)	-1.551326 --	3.289895 (0.0005)
Standardized Honda	10.41623 (0.0000)	-1.387264 --	2.838875 (0.0023)
Standardized King-Wu	10.41623 (0.0000)	-1.387264 --	1.424408 (0.0772)
Gourierioux, et al.*	--	--	62.28637 ( $< 0.01$ )

\*Mixed chi-square asymptotic critical values:

1%	7.289
5%	4.321
10%	2.952

#### 4. Hasil Uji Normalitas



#### 5. Hasil Uji Multikolinearitas

	Tunneling Incentive	Mekanisme Bonus	Leverage	Ukuran Perusahaan
Tunneling Incentive	1.000000	0.155843	0.170476	0.442000
Mekanisme Bonus	0.155843	1.000000	0.087902	0.185779
Leverage	0.170476	0.087902	1.000000	0.008871

Ukuran Perusahaan	0.442000	0.185779	0.008871	1.000000
-------------------	----------	----------	----------	----------

## 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS  
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
Date: 04/14/21 Time: 14:19  
Sample: 2015 2019  
Periods included: 5  
Cross-sections included: 9  
Total panel (balanced) observations: 45  
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.690002	0.743201	2.273950	0.0284
TUNNELING_INCENTIVE	0.043021	0.098719	0.435789	0.6653
MEKANISME_BONUS	-0.008915	0.008170	-1.091160	0.2817
LEVERAGE	0.004744	0.022103	0.214656	0.8311
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.109987	0.058860	-1.868599	0.0690

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.170675	0.9656
Idiosyncratic random		0.032208	0.0344

Weighted Statistics			
R-squared	0.115480	Mean dependent var	0.026392
Adjusted R-squared	0.027028	S.D. dependent var	0.032104
S.E. of regression	0.031667	Sum squared resid	0.040112
F-statistic	1.305571	Durbin-Watson stat	1.560149
Prob(F-statistic)	0.284398		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.350510	Mean dependent var	0.313836
Sum squared resid	0.958068	Durbin-Watson stat	0.065320

## 7. Hasil Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.139343	Mean dependent var	-0.008218
Adjusted R-squared	0.028290	S.D. dependent var	0.039768
S.E. of regression	0.039201	Sum squared resid	0.047639
F-statistic	1.254745	Durbin-Watson stat	2.123242
Prob(F-statistic)	0.308696		

## 8. Hasil Estimasi dengan *Random Effect Model*

Dependent Variable: TRANSFER\_PRICING  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 04/14/21 Time: 14:11  
 Sample: 2015 2019  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 9  
 Total panel (balanced) observations: 45  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.550801	1.203247	2.119932	0.0403
TUNNELING_INCENTIVE	0.413644	0.110355	3.748319	0.0006
MEKANISME_BONUS	-0.009342	0.009010	-1.036862	0.3060
LEVERAGE	-0.006508	0.026386	-0.246626	0.8065
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.187098	0.094800	-1.973620	0.0554
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.405289	0.9924
Idiosyncratic random			0.035457	0.0076
Weighted Statistics				
R-squared	0.365387	Mean dependent var		0.014161
Adjusted R-squared	0.301926	S.D. dependent var		0.042006
S.E. of regression	0.035096	Sum squared resid		0.049270
F-statistic	5.757631	Durbin-Watson stat		1.437819
Prob(F-statistic)	0.000933			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.104374	Mean dependent var		0.362219
Sum squared resid	5.907294	Durbin-Watson stat		0.011992

## Lampiran 7

Tabel-t

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

## Lampiran 8

Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

## Lampiran 9

## Tabel Durbin Watson

Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$ 

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859