

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Sudah Terdaftar
di BEI (2016 – 2019))**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Allysa Rizqi Ramadhani

No. Mahasiswa : 17312126

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Sudah Terdaftar di BEI
(2016 – 2019)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat demi menyelesaikan derajat
Sarjana Strata – 1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia.

Oleh :

Nama : Allysa Rizqi Ramadhani

No. Mahasiswa : 17312126

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA
2020/202**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Saya yang bertanda-tangan di bawah ini mengutarakan bahwa di dalam penulisan skripsi ini tidak ditemukan karya yang telah diajukan agar mencapai gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi serta sepanjang pengetahuan saya tidak ditemukan karya atau pendapat yang sudah pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis yang terdapat di dalam naskah ini dan disebutkan didalam referensi. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Juni 2021

Penulis,



Allysa Rizqi Ramadhani

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING***
**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Sudah Terdaftar di BEI
(2016 – 2019))**

SKRIPSI

Di ajukan Oleh :

Nama : Allysa Rizqi Ramadhani

No. Induk Mahasiswa : 17312126

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 14 Juni 2021

Dosen Pembimbing,



(Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.)



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2020/2021, hari Selasa, tanggal 06 Juli 2021, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : ALLYSA RIZQI RAMADHANI
NIM : 17312126
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP TRANSFER PRICING
Dosen Pembimbing : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.
Anggota Tim : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.



Yogyakarta, 12 July 2021

Ketua Program Studi Akuntansi,

Mahmudi, Dr., SE., M.Si., Ak., CMA
NIK. 0231201'

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP TRANSFER PRICING

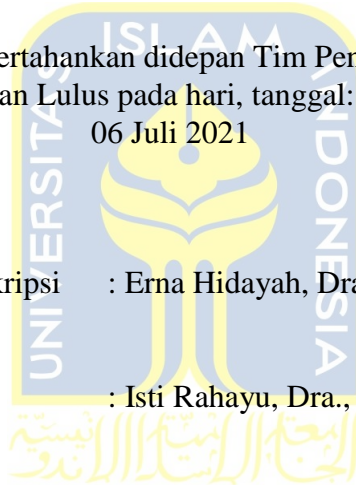
Di susun oleh : ALLYSA RIZQI RAMADHANI

Nomor Mahasiswa : 17312126

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan
dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Selasa,
06 Juli 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*

Disusun Oleh : ALLYSA RIZQI RAMADHANI

Nomor Mahasiswa : 17312126

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal :2021

Penguji/Pembimbing : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji :

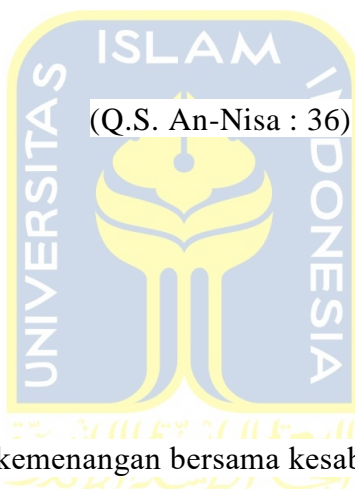
Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si.

MOTTO

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun, Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.”



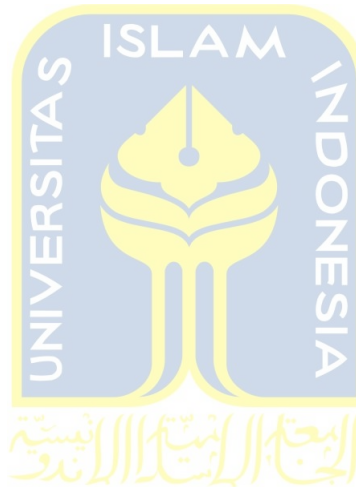
“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan.”

(HR. Tirmidzi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

Ibu dan Alm. Bapak serta Kakak saya yang sudah mendampingi dengan kasih sayang yang tulus, sabar dalam membimbing dan memberikan nasihat serta motivasi ketika penyusunan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis atas kehadiran Allah SWT dipanjatkan oleh penulis atas kelimpahan rahmat, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan proses penyusunan skripsi sebagai tugas akhir dengan baik. Penulis tidak lupa menjunjungkan shalawat beserta salam terhadap Nabi Muhammad SAW yang karena syafaatnya membimbing umat manusia yang berada dialam semesta sesuai dengan wahyu Allah SWT yang tersampaikan melalui Al-Qur'an dan Hadist.

Penelitian yang berjudul **“PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Sudah Terdaftar di BEI (2016 – 2019)”** disusun sebagai salah satu syarat demi menyelesaikan derajat Sarjana Strata – 1 (S1) Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis hendak mengungkapkan rasa terimakasih yang terdalam terhadap beragam pihak yang telah memberikan bimbingan serta bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Ucapan tersebut akan penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang selalu mendengarkan serta mengabulkan berbagai do'a yang dipanjatkan oleh hamba-Nya serta selalu memberikan keikhlasan,

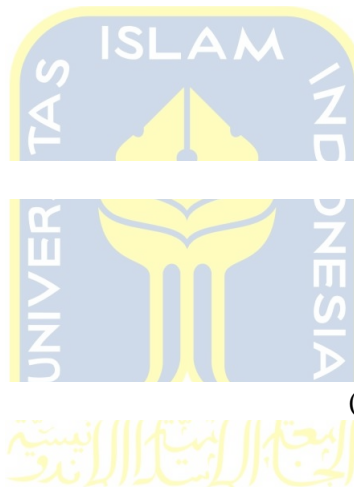
ketenangan, kemudahan, ridho, kasih sayang, bimbingan yang tidak pernah berhenti terhadap hamba-Nya yang selalu berusaha dan berserah diri kepada-Nya. Terimakasih terhadap semua berkah dan karunia yang telah di berikan Allah SWT kepada penulis.

2. Nabi Muhammad SAW, baginda Rasulullah suri tauladan bagi umat muslim di seluruh muka bumi yang semoga keteladanannya dapat di contoh oleh penulis sehingga penulis menjadi pribadi yang lebih baik sebagai umat muslim dan calon yang akan memimpin di masa yang akan datang.
3. Alm. Ayah Ranudianto sebagai ayah penulis. Terimakasih sudah pernah menjadi ayah saya, semoga skripsi ini membuat ayah bangga.
4. Ibu Idasyarifah dan Kakak Arief Kharisma Pratama sebagai keluarga penulis. Terimakasih atas do'a yang selalu di panjatkan kepada Allah SWT, motivasi serta dukungan yang terhadap penulis.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph. D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, berserta seluruh jajaran pimpinan universitas.
6. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.

9. Ibu Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. Segenap dosen Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
11. Kepada Owen terimakasih sudah mau menjadi pendengar yang baik bagi penulis selama perkuliahan serta dukungan, motivasi, kesabaran yang diberikan kepada penulis.
12. Kepada Nadea Devita Nastiti, Dinda Farisa, Kharimah Zahirah, Lydia Revi Azhar, Nathasya Berlinneta, Vemy Wedianingrum, Dela Mustika Sari, Rizqi Annisa Noor Ekasari, terimakasih sudah menjadi teman baik yang bersedia mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan, mendampingi serta memberikan motivasi serta solusi selama perkuliahan.
13. Kepada anak-anak angkatan 2017 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang sudah menjadi teman baik yang bersedia untuk memberikan informasi selama perkuliahan.
14. Kepada segala pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu oleh penulis yang sudah berkontribusi disaat penyusunan skripsi ini semoga Allah SWT senantiasa memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya kepada Bapak, Ibu, serta Saudara/i yang sudah ikut berkontribusi terhadap proses penyelesaian skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan bahkan kesalahan yang disadari telah dilakukan oleh penulis. Penulis hendak memohon maaf dan diharapkan adanya saran serta kritik yang disampaikan kepada penulis yang dapat membantu penulis untuk menyempurnakan penelitian. Penulis juga berharap agar skripsi yang disusun ini mampu memberikan manfaat terhadap pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Penulis,

(Allysa Rizqi Ramadhani)

DAFTAR ISI

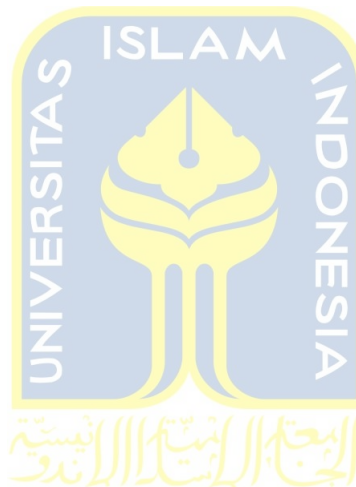
COVER	<i>i</i>
HALAMAN JUDUL	<i>ii</i>
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	<i>iii</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>iv</i>
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI	<i>vii</i>
MOTTO	<i>viii</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN	<i>ix</i>
KATA PENGANTAR	<i>x</i>
DAFTAR ISI	<i>xiv</i>
DAFTAR TABEL	<i>xvii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xviii</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>xix</i>
BAB I	<i>1</i>
PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Masalah	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah	<i>10</i>
1.3 Tujuan Penelitian	<i>10</i>
1.4 Manfaat Penelitian	<i>11</i>
1.5 Sistematika Penelitian	<i>11</i>
BAB II	<i>14</i>
KAJIAN PUSTAKA	<i>14</i>
2.1 Landasan Teori	<i>14</i>
2.1.1 Teori Agensi.....	<i>14</i>
2.1.2 Teori Akuntansi Positif	<i>16</i>
2.1.3 <i>Transfer Pricing</i>	<i>17</i>
2.1.4 Pajak.....	<i>20</i>
2.1.5 <i>Tunneling Incentive</i>	<i>21</i>
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	<i>23</i>

2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Hipotesis Penelitian	28
2.3.1	Pengaruh Pajak Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	29
2.3.2	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	32
2.3.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	35
2.4	Kerangka Penelitian.....	39
BAB III		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel	42
3.3.1	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	42
3.3.2	Variabel Bebas (Variabel Independen)	43
3.3.2.1	Pajak.....	43
3.3.2.2	<i>Tunneling Incentive</i>	44
3.3.2.3	Ukuran Perusahaan.....	45
3.4	Metode Analisis Data	45
3.5	Statistik Deskriptif.....	46
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.1	Uji Normalitas	46
3.6.2	Uji Multikolinieritas	46
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas	47
3.6.4	Uji Autokorelasi	48
3.7	Analisis Regresi	49
3.8	Uji Hipotesis.....	50
3.8.1	Uji t (Secara Parsial)	50
3.8.2	Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.9	Hipotesis Operasional	50
3.9.1	Pajak.....	50
3.9.2	<i>Tunneling Incentive</i>	51
3.9.3	Ukuran Perusahaan	51
BAB IV.....		52

<i>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</i>	52
4.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	53
4.3 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.1 Uji Normalitas	55
4.3.2 Uji Multikolinieritas	56
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.3.4 Uji Autokorelasi	58
4.4 Analisis Regresi	59
4.5 Uji Hipotesis	61
4.3.5 Uji t	61
4.3.5.1 Pengaruh Pajak Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	62
4.3.5.2 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	64
4.3.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	66
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
<i>BAB V</i>	70
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Keterbatasan Penelitian	70
5.3 Saran	71
5.4 Implikasi Penelitian	71
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	73
<i>LAMPIRAN</i>	78

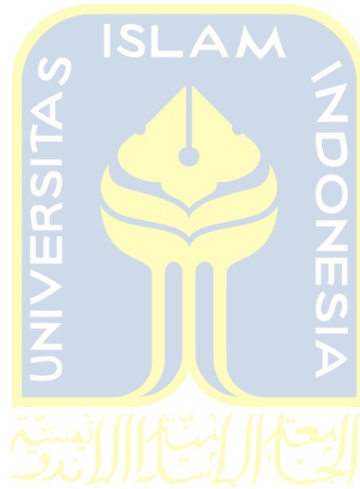
DAFTAR TABEL

Table 1 4.1 Proses Pemilihan Sampel	52
Table 2 4.2 Statistik Deskriptif.....	53
Table 3 4.3.1 Uji Normalitas.....	56
Table 4 4.3.2 Uji Multikolienaritas	57
Table 5 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Table 6 4.3.4 Uji Autokorelasi.....	59
Table 7 4.4 Uji Regresi.....	59
Table 8 Uji Hipotesis	61
Table 9 Uji t	61
Table 10 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan	79
Lampiran 2 Data Transfer Pricing Perusahaan Periode 2016-2019	80
Lampiran 3 Data Pajak Perusahaan Periode 2016-2019	83
Lampiran 4 Data Tunneling Incentive Perusahaan 2016-2019	86
Lampiran 5 Data Ukuran Perusahaan Periode 2016-2019	89
Lampiran 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	92
Lampiran 7 1 Hasil Uji Normalitas	92
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas	93
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93
Lampiran 10 Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Run Test	94
Lampiran 11 Hasil Analisis Regresi	94
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	94



ABSTRAK

Globalisasi yang terjadi mengakibatkan perekonomian di dunia berubah yang akhirnya membuat perusahaan memperluas dan mengembangkan sektor bisnis melalui pendirian anak atau cabang perusahaan ke negara-negara luar yang di nilai memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan bagi perusahaan. Transaksi antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa ini menyebabkan ada perbedaan harga transfer barang dan/atau jasa sehingga harga yang di tetapkan menjadi tidak wajar, ketidakwajaran ini dikarenakan harga pasar tidak mempengaruhi besaran harga transfer. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuktikan pengaruh pajak, *tunnelling incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian ini berjumlah 19 perusahaan dengan 4 tahun periode masa penelitian. Pengujian di penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

ABSTRACT

Globalization that occurs has resulted in changes in the world's economy which ultimately makes companies expand and develop the business sector through the establishment of subsidiaries or branch companies to foreign countries which are considered to have promising profit potential for the company. This transaction between companies that have a special relationship causes a difference in the transfer price of goods and/or services so that the price set becomes unreasonable, this irregularity is because the market price does not affect the transfer price. This study aims to prove the effect of taxes, tunneling incentives, and firm size on transfer pricing decisions. The data in this study is secondary data derived from the financial statements of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2016-2019 period. The sample according to the criteria of this study amounted to 19 companies with a 4 year research period. Tests in this study using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study are taxes have a positive effect on transfer pricing decisions. Tunneling incentive has no effect on transfer pricing decisions. Firm size has a positive effect on transfer pricing decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi dan berkembangnya teknologi yang saat ini sudah mulai melanda dunia membuat aspek kehidupan mulai mengalami perubahan yang di nilai cukup pesat, tidak hanya aspek kehidupan, namun perekonomian yang terjadi di dunia juga ikut berubah. Perubahan perekonomian dunia ini mulai di tandai dengan adanya pertumbuhan berupa aktivitas bisnis yang sudah mencakup ruang lingkup global yang membuat mulai berkurang bahkan telah hilang batasan aktivitas bisnis. Sehingga aktivitas bisnis dapat dilakukan antara negara dengan mudah. Peluang ini yang membuat perusahaan yang berada di seluruh penjuru dunia berusaha untuk memperluas serta mengembangkan aktivitas bisnis yang dikelola oleh perusahaanya. Perusahaan mulai memperluas dan mengembangkan aktivitas bisnisnya dengan mengembangkan sektor bisnis yang dimiliki, yaitu dengan mendirikan anak perusahaan atau cabang perusahaan ke negara-negara luar yang di nilai memiliki prospek atau potensi keuntungan yang menjanjikan bagi perusahaan. Pengembangan sektor bisnis yang dilakukan perusahaan ini akan membuat perusahaan disebut sebagai perusahaan multinasional atau *multinational corporation*.

Menurut Yuniasih et al (2012) dalam (Rezky & Fachrizal, 2018) *transfer pricing* merupakan harga yang dikenakan kepada setiap barang dan/jasa saat barang dan/atau jasa tersebut di transfer antara divisi satu dengan divisi lainnya di dalam suatu perusahaan yang sama atau antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Pengertian hubungan istimewa sendiri telah dijelaskan di dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan UU Nomor 36 Tahun 2008, didalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa suatu perusahaan bisa di golongan memiliki hubungan istimewa apabila didalam perusahaan tersebut terdapat penyertaan kepemilikan minimal 25% terhadap wajib pajak lainnya yang berada di bawah penguasaan yang sama baik itu secara langsung maupun tidak secara langsung. Hubungan istimewa juga di jelaskan di dalam PSAK nomor 7 yang menjelaskan bahwa terjadinya hubungan istimewa antara pihak apabila salah satu pihak memiliki kekuatan yang dapat mengendalikan pihak lain atau salah satu pihak memiliki pengaruh yang cukup signifikan sehingga dapat memengaruhi dalam pengambilan keputusan terkait keuangan dan operasional pihak lain. Sebagai contoh cakupan hubungan istimewa adalah keterkaitan dari entitas lain kepada entitas induk dengan entitas anak serta entitas anak berikutnya. Selain itu, cakupan hubungan istimewa lain adalah ketika satu atau lebih perusahaan berada di bawah satu penguasaan yang sama (entitas sepengendali) termasuk entitas induk serta entitas anak. Transaksi yang terjadi di antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa ini akan menyebabkan terjadinya perbedaan harga transfer

barang dan/atau jasa sehingga harga yang ditetapkan menjadi tidak wajar, ketidakwajaran ini dikarenakan harga pasar yang berlaku tidak berlaku sehingga tidak mempengaruhi besaran harga transfer yang membuat besaran harga transfer tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017)

Praktik *transfer pricing* awal mulanya hanya digunakan oleh suatu perusahaan sebagai ukuran untuk menilai kinerja anggota serta divisi yang berada di perusahaan tersebut. Seiring berjalannya waktu, beberapa perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi total pajak yang harus dibayarkan perusahaan terhadap negaranya. Tingginya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan membuat perusahaan cenderung mengambil keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan tujuan dapat meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan. Praktik *Transfer pricing* dapat terjadi saat transaksi penjualan barang dan/atau jasa yaitu dengan memperkecil harga jual diantara perusahaan yang masih di dalam satu penguasaan yang sama lalu mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berlokasi di negara yang mempunyai kebijakan atau ketentuan tarif pajak yang lebih rendah. Kasus pemeriksaan *transfer pricing* yang terjadi di pengadilan pajak seringkali di menangkan oleh wajib pajak dikarenakan belum adanya alat yang memadai, tenaga yang ahli serta peraturan tegas yang mengatur membuat perusahaan

multinasional mempunyai kecenderungan untuk melakukan *transfer pricing* (Ayshinta et al., 2019).

Salah satu kasus *transfer pricing* yang dialami oleh perusahaan multinasional adalah *Starbucks* yang berlokasi di Inggris dimana mereka memanipulasi laba yang dihasilkan dengan cara memindahkan keuntungan ke negara lain. Cara pertama adalah *offshore licencing* dengan mengaku bahwa pihaknya tidak mempunyai kekayaan intelektual atas lisensi resep, logo, dan desain. Kekayaan intelektual itu adalah tanggung jawab *Starbucks* Belanda yang bernama *Starbucks Coffee EMEA BV*. *Starbucks* Inggris harus melakukan pembayaran biaya lisensi kepada *Starbucks Coffee EMEA BV*, pembayaran tersebut dikategorikan ke dalam pembayaran royalti sehingga pajak yang dikenakan sangat kecil sesuai dengan peraturan perpajakan negara Belanda. Cara kedua adalah *Starbucks* Inggris melakukan pembelian biji kopi dari unit *Starbucks* yang berlokasi di Swiss. Pembelian biji kopi ini adalah upaya yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan perusahaan Inggris terhadap negaranya. *Starbucks* Swiss mengategorikan pembelian biji kopi tersebut sebagai penjualan barang komoditas yang tarif pajaknya hanya dikenakan sebesar 2% sesuai dengan peraturan pajak Swiss (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Kasus *transfer pricing* yang dialami perusahaan manufaktur yang terjadi di Indonesia adalah kasus yang dialami oleh PT Toyota Motor *Manufacturing* Indonesia (TMMIN) yaitu perusahaan di bidang perakitan produk Toyota dan

eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Di pertengahan 2003, pihak Astra menjual saham yang sebagian besar ia miliki di Toyota Astra Motor kepada Toyota Motor Corporation Jepang. Hal ini dilakukan karena Astra mengaku mempunyai utang yang telah jatuh tempo dan tidak bisa ditunda lagi pembayarannya. Toyota Jepang akhirnya menguasai 95% saham Toyota Astra Motor dan nama perusahaan berganti jadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Astra dan Toyota Motor Corporation mendirikan perusahaan agen tunggal pemegang merek dengan nama Toyota Astra Motor (TAM) sebagai fungsi distribusi pasar domestik dengan kepemilikan saham 51% dimiliki oleh Astra dan 49% dimiliki oleh Toyota Motor Corporation Jepang. Masalah mulai terjadi ditandai dengan menurunnya laba yang dihasilkan oleh dua perusahaan Toyota tersebut. Menurunnya laba ini menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan menurun. Di periode sebelumnya, perusahaan mampu menyeter pajak sebesar setengah triliun rupiah. Di tahun 2004 setelah restrukturisasi dilakukan Toyota (TMMIN dan TAM) hanya mampu membayar pajak sebesar Rp168 miliar. Penurunan laba ini tidak di ikuti dengan pendapatan dari produksi dan penjualan yang justru naik 40%. Pemeriksa pajak melakukan pemeriksaan terhadap struktur harga penjualan dan biaya perusahaan menemukan bahwa Toyota melakukan tindakan *transfer pricing* dengan memanipulasi harga transaksi terhadap pihak afiliasi serta penambahan biaya yang tidak wajar melalui pembayaran royalti (Pratiwi, 2018).

Fenomene praktik *transfer pricing* terjadi di tahun 2016 dimana Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) melaporkan bahwa 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia mengaku terus merugi sehingga tidak membayar Pajak Penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29. Saat Wawancara Pelantikan Pemeriksa Pajak, Direktur Jenderal Pajak, Ken Dwijugastead menyatakan 2.000 perusahaan tersebut adalah kelompok perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang ditangani Kantor Wilayah (Kanwil) Pajak Khusus (Khotimah, 2018).

Transfer pricing yang terjadi di suatu perusahaan bisa menyebabkan perusahaan terkena kasus, namun *transfer pricing* juga dapat digunakan sebagai kesempatan untuk tindakan manipulasi yang bertujuan untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan. Anak perusahaan yang beroperasi di suatu negara yang menerapkan kebijakan besaran tarif pajak lebih tinggi akan melaporkan laba yang kurang maksimal dikarenakan harus membayar tarif pajak yang tinggi. Adanya pembayaran pajak yang tinggi ini membuat perusahaan mencari kesempatan serta strategi agar laba yang dihasilkan dari penjualan maksimal dan terhindar dari pembayaran pajak yang tinggi. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mendirikan anak perusahaan di negara lain yang menerapkan besaran tarif pajak lebih rendah atau negara dengan pajak rendah *tax heaven country* (Khotimah, 2018).

Penelitian tentang pajak mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Evan Maxentia Tiwa, David P.E Saerang, dan Victorina Z. Tirayoh (2017) yang menyatakan pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*. Hal ini menandakan bahwa besaran pajak yang dibayarkan setiap perusahaan terhadap negaranya akan menjadi tolak ukur kecendrungan manajemen suatu perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* yang digunakan sebagai cara untuk meminimalkan besaran pajak yang harus dibayarkan sehingga laba yang dihasilkan maksimal. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak (2018) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan.

Selain motivasi pajak, faktor kedua yang mempengaruhi keputusan transfer pricing adalah kepemilikan saham atau *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan masalah keagenan yaitu terdapat kepentingan yang berbeda yang terjadi antara pemilik saham mayoritas terhadap pemilik saham minoritas. Pemilik saham mayoritas dapat mengambil keputusan demi keuntungan dan kepentingan dirinya sendiri, tanpa menghiraukan kepentingan pihak lain yaitu pemilik saham minoritas (Nugraha, 2016). Bentuk tindakan yang dapat mencerminkan perilaku *tunneling* adalah seperti perusahaan yang tidak membagikan dividen terhadap pemegang saham, perusahaan yang menjual aset atau sekuritas yang dimiliki

kepada perusahaan lain namun masih memiliki hubungan dengan menetapkan harga berada di bawah harga pasar, serta perusahaan yang posisi jabatan penting yang dimilikinya di duduki oleh anggota keluarganya yang bahkan di nilai tidak memenuhi kualifikasi. Bentuk tindakan yang mencerminkan perilaku *Tunneling* bisa berupa perusahaan induk yang mentransfer melalui transaksi pihak terkait atau berupa pembagian dividen. Pemilik saham minoritas di dalam suatu perusahaan yang terdaftar di BEI merupakan pihak yang akan lebih dirugikan bahkan di saat harga transfer menjadi peluang keuntungan bagi perusahaan induk atau pemilik saham mayoritas.

Penelitian tentang *tunneling incentive* mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Khusnul Khotimah (2018) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* yang diprosikan dengan pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas menemukan bahwa tidak berpengaruh terhadap keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gresia Meriana Purwanto dan James Tumewu (2018) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* selama satu periode yang bermakna bahwa umumnya transaksi yang terjadi di antara pihak yang terkait sering digunakan untuk mentransfer kekayaan yang dimiliki dibanding untuk membayarkan dividen yang seharusnya di bagikan kepada perusahaan induk serta para pemegang saham minoritas.

Sehingga hal ini membuktikan adanya kecenderungan bahwa pemegang saham mayoritas melakukan *tunneling*.

Faktor ketiga selain pajak dan *tunneling incentive* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Terjadi atau tidaknya tindakan praktik *transfer pricing* dapat ditentukan oleh ukuran perusahaan (Khotimah, 2018). Perusahaan yang berskala besar terlibat lebih banyak serta kompleks ke dalam aktivitas bisnis serta transaksi yang berhubungan dengan keuangan. Sedangkan perusahaan berskala kecil lebih terlibat di dalam aktivitas bisnis serta transaksi keuangan yang lebih sedikit. Hal ini membuat perusahaan besar memiliki kecenderungan menghindari pembayaran pajak perusahaan. Maka dari itu, perusahaan berskala besar mampu mencapai skala ekonomi yang global melalui perencanaan pajak yang dimilikinya serta mempunyai sumber daya yang dapat memberikan dorongan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan (Richardson et al., 2013).

Penelitian ini menggunakan perusahaan multinasional yang bergerak di sektor manufaktur karena lebih memungkinkan adanya transaksi antara negara yang berbeda dalam berbagai transaksi yang memungkinkan terjadinya *transfer pricing*. Transaksi tersebut bisa berupa transaksi barang, jasa, harta yang tak berwujud demi tujuan untuk meningkatkan laba perusahaan dengan menghindari ketentuan tarif pajak di suatu negara, memindahkan laba ke perusahaan afiliasi yang berlokasi beda negara. Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan

oleh Siti Khusnul Khotimah di tahun 2018. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu objek perusahaan yang lebih luas dan bertambah serta tahun penelitian yang berbeda dan terbaru yaitu periode 2016 – 2019.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat di uraikan berdasarkan latar belakang diatas di dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk membuktikan mengenai pengaruh positif dan signifikan tentang :

1. Untuk membuktikan pengaruh beban pajak terhadap keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk membuktikan pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penulis melakukan penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Diharapkan melalui penelitian ini penelitian bidang akuntansi akan mendapatkan referensi yang bertambah serta di harapkan penelitian mengenai *transfer pricing* ini bisa dijadikan sebagai *literature* yang dapat dimanfaatkan oleh para peneliti selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan dan Investor

Di harapkan melalui penelitian tentang praktik *transfer pricing* ini mampu menyampaikan data yang nantinya bisa berguna untuk perusahaan dan para investor dalam hal mempertimbangkan suatu rencana serta pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan yang di inginkan.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mempertimbangkan lebih matang dan memperbaiki undang-undang yang ada terutama tentang *transfer pricing* agar dapat meminimalisir kemungkinan kerugian negara dengan adanya *transfer pricing* di Indonesia.

1.5 Sistematika Penelitian

Penulisan skripsi ini sampaikan melalui 5 bab yang di masing-masing bab berisikan penulisan yang sistematis yang dapat mengilustrasikan hubungan di setiap bab. Penjabaran setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan penelitian, manfaat penelitian bagi pihak luar serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan kajian pustaka yang didalamnya terdiri dari landasan teori untuk masing-masing variabel yang diteliti berdasarkan *literature* yang ada, serta pembahasan hasil penelitian yang telah disampaikan oleh peneliti sebelumnya dan menjelaskan kerangka pemikiran di dalam penelitian ini serta hipotesa yang ada.

BAB III : METODE PENELITIAN

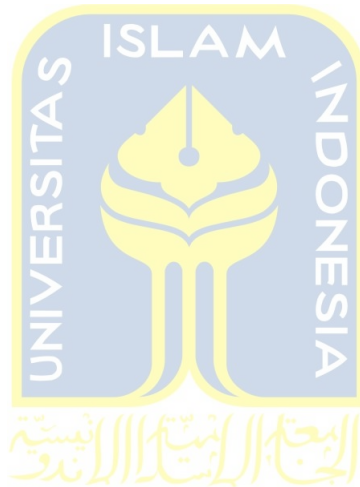
Bab ini menyajikan metode penelitian yang digunakan didalam penelitian yang terdiri dari pengertian masing-masing variabel operasional, populasi dan sampel yang digunakan, jenis dan sumber data yang relevan terhadap penelitian, metode pengujian serta analisis data yang telah di peroleh serta metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil dari olah data yang sesuai dengan sampel dan populasi penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel penelitian, hasil menganalisis data, serta interpretasi hasil dan pembahasan terhadap setiap hipotesa

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan pada masing-masing bab sebelumnya. Saran, keterbatasan serta implikasi penelitian yang dapat diambil dan berguna bagi pihak luar yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teory Agency merupakan hubungan yang terjadi antara manajemen suatu perusahaan (agen) dengan pemegang saham (*principal*). Di dalam suatu hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak yang di dalamnya terdapat satu orang atau lebih yang bertindak sebagai *principal* yang akan memberikan perintah kepada orang lain yaitu agen agar dapat melakukan suatu jasa namun atas nama *principal* serta memberikan wewenang terhadap agen agar dapat membuat suatu keputusan yang hasilnya akan berdampak positif terhadap *principal*. Selain itu, pihak *principal* juga memiliki wewenang untuk membatasi divergensi suatu kepentingannya dengan cara memberikan tingkat insentif yang dinilai layak terhadap agen serta bersedia untuk mengeluarkan biaya pengawasan (*monitoring cost*) yang bertujuan untuk mencegah *hazard* dari agen tersebut. Namun, teori keagenan merupakan teori yang dapat mengindikasikan adanya asimetri informasi di dalam hubungan keagenan antara agen dan *principal*. Konflik yang terjadi antara kelompok atau dapat disebut *agency conflict* adalah konflik yang dapat timbul antara pemilik dan manajer perusahaan dimana dipicu karena adanya kecenderungan bahwa

manajer perusahaan memilih untuk lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan (Rosa et al., 2017)

Manajer perusahaan yang dipilih untuk mengelola dan bertanggung jawab terhadap perusahaan memiliki kesempatan terhadap laporan laba perusahaan setiap tahun nya yang bertujuan untuk mengurangi besaran utang pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Alasan yang dapat memicu seorang manajer perusahaan untuk melakukan tindakan ini adalah agar kinerjanya di pandang bagus serta mendapatkan insentif, walaupun laba yang dihasilkan oleh perusahaan bukan berasal dari hasil operasi yang dapat berguna untuk meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan dalam waktu jangka panjang. Kepentingan manajer yang berbeda dengan kepentingan pemilik perusahaan inilah yang akhirnya membuat perusahaan tidak memiliki kecenderungan untuk melakukan penghindaran pajak karena di nilai merupakan suatu tindakan yang beresiko bagi perusahaan. Penghindaran pajak dapat berakibat terganggunya keberlangsungan usaha apabila perusahaan tersebut mendapatkan permasalahan hukum yang akan berakibat juga terhadap rusaknya reputasi perusahaan di mata masyarakat. Manipulasi tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya *asymmetric information* antara manajemen yang bertindak sebagai agen yang berwenang untuk membuat dan menjalankan sistem akuntansi dan pemilik perusahaan yang bertindak sebagai *principal* yang merupakan pengguna laporan keuangan (Falbo & Firmansyah, 2018).

2.1.2 Teori Akuntansi Positif

Penelitian yang ditulis oleh Marlina Magdalena di tahun 2018 menjelaskan tentang pengertian Teori Akuntansi Positif adalah suatu teori yang digunakan untuk menjelaskan serta memprediksi suatu fenomena tertentu yang terjadi. Seperti yang dinyatakan Watts dan Zimmerman dalam (Scott, 2015) tentang PAT yaitu bahwa Teori Akuntansi Positif (PAT) ini merupakan teori yang berkaitan dengan suatu prediksi akan suatu tindakan yang dapat di contohkan seperti pilihan dalam pemilihan kebijakan akuntansi oleh suatu perusahaan serta bagaimana respon perusahaan tersebut terhadap standar akuntansi baru yang sedang di ajukan.

Watts dan Zimmermen menjelaskan lewat jurnal mereka yang berjudul “Positive Accounting Theory: A Ten Years Perspective” (1990). Didalam jurnal tersebut terdapat tiga hipotesis yang dapat di kemukakan tentang PAT yaitu:

1. *The bonus plan hypotheses*. Hipotesis ini menyatakan manajer yang memimpin disuatu perusahaan cenderung lebih memilih menggunakan prosedur akuntansi yang nantinya akan menggeser pendapatan perusahaan di masa yang akan datang keperiode saat ini yang bertujuan untuk mendapatkan bonus.
2. Hipotesis perjanjian hutang. Hipotesis ini menyatakan bagi perusahaan yang di nilai akan melanggar perjanjian hutang terhadap pihak lain, maka

manajer yang saat itu sedang memimpin akan cenderung lebih memilih prosedur akuntansi yang nantinya akan menggeser pendapatan perusahaan di periode yang akan datang keperiode saat ini sehingga akan meningkatkan laba bersih perusahaan serta menghindari kesalahan teknis yang akan terjadi.

3. Hipotesis biaya politik. Hipotesis ini menyatakan perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi lebih cenderung memilih untuk memindahkan pendapatan yang di miliki dari periode saat ini ke periode yang akan datang sehingga menghindari adanya biaya politis yang keluar.

Teori Akuntansi Positif dapat berfungsi sebagai acuan yang berguna untuk menjelaskan bagaimana manajer memilih prosedur akuntansi yang akan di gunakan dengan tujuan untuk memaksimalkan laba pada periode tertentu serta mengejar bonus sesuai dengan ketetapan dari pemilik perusahaan. Jika di dalam periode tertentu bonus yang diterima oleh manajer perusahaan ditetapkan berdasarkan tingkat pencapaian laba perusahaan di periode tersebut secara keseluruhan, maka masuk akal apabila manajer memanfaatkan peluang tersebut untuk melaporkan laba bersih perusahaan setinggi mungkin (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

2.1.3 *Transfer Pricing*

Transfer pricing adalah harga yang tertera di masing-masing produk atau jasa yang berasal dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain namun

masih didalam suatu perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Pihak yang memiliki hubungan istimewa merupakan pihak yang menganggap bahwa dirinya memiliki hubungan istimewa antara satu dengan yang lainnya dikarenakan salah satu pihak memiliki kemampuan dalam memberikan kendali terhadap pihak lain atau salah satu pihak memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pihak lain sehingga dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan keuangan serta operasional pihak lain. Transaksi yang terjadi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa dapat berupa mengalihkan sumber daya yang di miliki atau berupa bentuk kewajiban antara pihak yang memiliki hubungan istimewa, tanpa memperdulikan penetapan harga. Macam-macam jenis pihak yang bisa dianggap memiliki hubungan istimewa yaitu : perusahaan yang berada di bawah pengendalian satu atau lebih perantara (*intermediaries*), perusahaan asosiasi (*associated company*), perusahaan perorangan yang mempunyai hak suara berpengaruh yang dapat terdiri dari ; anggota keluarga terdekat, karyawan kunci serta perusahaan yang dimiliki oleh setiap orang yang memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak (Sulistyawati et al., 2019).

Pengertian hubungan istimewa terdapat di dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008 (UU PPh) yang berisikan: “Hubungan istimewa dianggap ada apabila: (a) Wajib Pajak mempunyai

penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, atau hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau (b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (c) Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat”.

Transaksi *transfer pricing* ini terdapat melalui divisi-divisi di dalam satu perusahaan, antara perusahaan lokal, atau bahkan antara perusahaan lokal dengan perusahaan yang berada di luar negeri (Purwanto & Tumewu, 2018). Pengertian lain dari *transfer pricing* menurut Suryana dalam Panjulusman, Nugraha, dan Setiawan 2018 adalah transaksi berupa barang dan/atau jasa yang dilakukan antara beberapa divisi di dalam satu organisasi atau kelompok usaha dengan penetapan harga yang tidak wajar karena terjadinya kenaikan (*mark up*) atau penurunan harga (*mark down*) yang disengaja, praktik transaksi *transfer pricing* ini banyak terjadi di perusahaan global (*multinational enterprise*) atau yang dikenal dengan perusahaan multinasional yaitu perusahaan yang beroperasi tidak hanya di satu negara, namun lebih dari satu negara yang berada di bawah pengendalian satu pihak tertentu.

Penentuan harga *transfer international* di dalam *transfer pricing* memiliki tiga tujuan yaitu untuk mengendalikan beban pajak yang mendominasi tujuan lainnya dengan menggunakan operasional penentuan harga transfer seperti mempertahankan posisi daya saing perusahaan, mempromosikan selarasnya evaluasi kinerja yang di hasilkan, dan pemberian motivasi kepada karyawan juga penting (Panjalusman et al., 2018).

Praktik *transfer pricing* dapat terjadi karena adanya suatu hubungan istimewa antara perusahaan satu dengan lainnya yang berada di bawah satu grup perusahaan multinasional, hal ini di karenakan adanya hubungan istimewa tersebut yang dapat memberikan peluang antara perusahaan untuk bisa bernegosiasi dan bekerja sama dengan baik dalam menetapkan harga transfer (Refgia, 2017).

2.1.4 Pajak

Pengertian pajak terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan: “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar besarnya kemakmuran rakyat”. Pengertian lain pajak terdapat di dalam jurnal (Purwanto & Tumewu, 2018) pajak merupakan iuran wajib bersifat dapat dipaksakan yang dibayarkan oleh masyarakat terhadap negara

berdasarkan undang – undang yang berlaku di Indonesia, pembayaran pajak oleh masyarakat ini tidak mendapat balas jasa secara langsung dari negara, dan pajak ini dapat dipergunakan sebagai pendanaan pengeluaran pemerintah.

Peranan pajak bagi kehidupan bernegara sangat penting, khususnya terhadap realisasi pembangunan infrastruktur negara dikarenakan pajak adalah sumber pendapatan negara yang berguna untuk membiayai semua pengeluaran negara termasuk pengeluaran untuk biaya pembangunan infrastruktur (Rosa et al., 2017). Fungsi dari pajak adalah sebagai berikut: (a) Fungsi Anggaran (*Budgetair*), (b) Fungsi Mengatur (*Regulered*), (c) Fungsi Stabilitas, dan (d) Fungsi Pemerataan (Fungsi Distribusi) (Sulistyawati et al., 2019).

Manajemen pajak merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan yang berguna untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku namun jumlah pajak yang harus dibayarkan dapat ditekan serendah atau seminimal mungkin dengan tujuan memperoleh laba dan likuiditas sesuai yang diharapkan oleh perusahaan (Afifah & Hasymi, 2020).

Manajemen pajak adalah langkah konkret dan legal yang dapat digunakan oleh perusahaan sehingga dapat meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara melalui celah-celah Undang-Undang perpajakan yang ada (Henny & Febrianti, 2016).

2.1.5 Tunneling Incentive

Tunneling adalah istilah yang digunakan oleh Negara Republik Ceko yang awalnya bertujuan untuk menggambarkan kondisi ekspropriasi pemilik saham nonpengendali yang dilakukan melalui pengalihan aset dan keuntungan perusahaan yang dilakukan untuk kepentingan pemilik saham pengendali, hal itu dapat di ilustrasikan seperti proses mengeksploitasi aset melalui terowongan yang berada di bawah tanah (Guing & Aria, 2011) dalam (Purwanto & Tumewu, 2018). Menurut (Purwanto & Tumewu, 2018) *tunneling* adalah pengalihan keluar aset dan keuntungan dari anak perusahaan untuk kepentingan induk perusahaan yang berdampak pada ekspropriasi pemegang saham non-pengendali. Sedangkan menurut (Sulistyawati et al., 2019) *tunneling incentive* merupakan bentuk perilaku yang dilakukan oleh pemilik saham mayoritas yaitu dengan mentransfer aset beserta laba perusahaan pada periode tertentu yang bertujuan untuk diri sendiri, sedangkan pemilik saham minoritas harus mau ikut untuk menanggung biaya yang mereka bebankan.

Tunneling dapat terjadi juga dengan cara menjual produk antara perusahaan yang dimana masing-masing manajer memiliki hubungan lalu menetapkan harga yang lebih rendah. Hal ini lebih di pilih untuk mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya walaupun manajer dinilai sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam hal menjalankan usaha yang diberikan dengan menjual asset yang dimiliki perusahaan terhadap perusahaan

yang mempunyai hubungan dengan manajer (Dwinanto, 2010) dalam (Purwanto & Tumewu, 2018). Penelitian oleh Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana di tahun 2017 membuktikan masih sering ditemukan di negara berkembang bahwa pemilik saham mayoritas terlibat di dalam praktek ekspropriasi atau disebut *tunneling* yang bertujuan untuk diri sendiri tanpa memperdulikan pemilik saham minoritas.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan dasar yang digunakan untuk mengelompokkan perusahaan menjadi perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar. Pengelompokkan ukuran perusahaan di atur oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 46/M-DAG/PER/9/2009 yang penjelasannya sebagai berikut :

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan bisa di golongan menjadi perusahaan kecil apabila perusahaan tersebut mempunyai kekayaan bersih \geq Rp 50.000.000,- untuk batas minimum dan untuk batas maksimum sebesar Rp 500.000.000,- jumlah ini tidak terhitung ke dalam tanah dan bangunan yang dijadikan sebagai kawasan usaha.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan bisa di golongan menjadi perusahaan menengah apabila perusahaan tersebut mempunyai kekayaan bersih \geq Rp

500.000.000,- untuk batas minimum dan untuk batas maksimum sebesar Rp 10.000.000.000,- jumlah ini tidak termasuk ke dalam tanah dan bangunan yang dijadikan sebagai tempat usaha.

3. Perusahaan Besar

Perusahaan bisa di golongan menjadi perusahaan besar jika perusahaan tersebut mempunyai kekayaan bersih \geq Rp 10.000.000.000,- jumlah itu tidak terhitung ke dalam tanah dan bangunan yang di gunakan sebagai kawasan usaha.

Skala perusahaan digunakan sebagai ukuran yang dapat menggambarkan skala besar dan kecilnya perusahaan yang diukur menggunakan total aset yang di miliki perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diukur menggunakan total serta rata-rata penjualan perusahaan pada satu periode . Perusahaan yang mempunyai total aset yang cukup besar menandakan bahwa perusahaan telah berada di tahap kedewasaan dimana telah bertambahnya arus kas perusahaan sehingga perusahaan dianggap memiliki peluang yang lebih baik untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka waktu yang cukup lama, perusahaan yang berskala besar juga manandakan bahwa kinerja nya cukup relatif lebih stabil serta lebih mampu melaporkan laba tinggi untuk setiap periodenya dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai aset lebih kecil (Sulistiono, 2010 dalam (Halil et al., 2019)

Semakin besar skala ukuran suatu perusahaan menandakan bahwa akan semakin tinggi pengungkapannya. Di dalam penelitian ini ukuran perusahaan digunakan dengan melihat dari total aktiva (asset) yang dimiliki oleh perusahaan, perhitungan menggunakan total aktiva ini dikarenakan seluruh nilai penjualan perusahaan di dalam satu periode akan menambah besaran total aset yang dimiliki perusahaan baik penjualan secara langsung maupun tidak langsung, sehingga lebih luas untuk menilai cakupan ukuran perusahaan bila dilihat menggunakan total asset atau aktiva yang dimiliki. Menurut (Refgia, 2017) Praktik *transfer pricing* pada perusahaan dapat ditentukan melalui ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran *relative* lebih besar pasti akan lebih fokus untuk meningkatkan kinerjanya di karenakan perusahaan yang *relative* lebih besar akan lebih dipandang dan di nilai oleh masyarakat luas sehingga membuat para direksi atau manajer perusahaan tersebut cenderung untuk lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan serta transparan dalam hal melaporkan kondisi keuangannya selama satu periode penuh. Sedangkan perusahaan yang berukuran *relative* lebih kecil dinilai lebih memiliki peluang lebih besar untuk melakukan praktik *transfer pricing* yang bertujuan untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 1

No.	Variabel	Hasil Penelitian Terdahulu
-----	----------	----------------------------

1.	Pajak	<p>Pajak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Refgia, 2017).</p> <p>Pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Purwanto & Tumewu, 2018) ; (Jumaidi et al., 2017).</p> <p>Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Halil et al., 2019) ; (Santosa & Suzan, 2018) ; (Suprianto & Pratiwi, 2017) ; (Tiwa et al., 2017) ; (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).</p> <p>Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Melmusi, 2016).</p> <p>Pajak tidak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Rosa et al., 2017).</p> <p>Pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Khotimah, 2018) ; (Sari & Mubarok, 2018).</p>
----	-------	--

2.	<i>Tunneling Incentive</i>	<p><i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Refgia, 2017).</p> <p><i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Purwanto & Tumewu, 2018).</p> <p><i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Santosa & Suzan, 2018) ; (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).</p> <p><i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Ayshinta et al., 2019) ; (Jumaidi et al., 2017).</p> <p><i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Ainiyah, 2019).</p>
----	----------------------------	--

		<p><i>Tunneling Incentive</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Khotimah, 2018).</p> <p><i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh negative terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Rosa et al., 2017).</p>
3.	Ukuran Perusahaan	<p>Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Rezky & Fachrizal, 2018).</p> <p>Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Refgia, 2017).</p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> (Khotimah, 2018) ; (Halil et al., 2019) ; (Suprianto & Pratiwi, 2017) ; (Melmusi, 2016).</p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i>.</p>

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pengertian pajak sudah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan dimana di jelaskan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib dari masyarakat kepada negara dalam bentuk terutang yang dibayarkan oleh orang pribadi atau badan namun bersifat memaksa yang ketentuannya sudah di atur menurut Undang-Undang yang berlaku di Negara Republik Indonesia, pembayaran pajak ini tidak mendapatkan imbalan secara langsung dari negara sebagai gantinya pembayaran pajak ini akan diperlukan untuk membiayai keperluan negara yang bertujuan bagi sebesar besarnya kemakmuran rakyat.

Teori agensi mengimplikasikan adanya asimetri informasi, yaitu antara agen yaitu pihak yang mempunyai informasi lebih banyak bila dibandingkan dengan pihak *principal* yang di ikuti dengan terdapat kepentingan yang berbeda yang terjadi di antara kedua belah pihak. Konflik agensi memungkinkan dapat terjadi di dalam suatu perusahaan yaitu antara pihak pemilik dengan pihak manajer perusahaan yang disebabkan adanya kecendrungan pihak manajer yang lebih memilih untuk mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan (Rosa et al., 2017). Pemegang saham memberikan wewenang terhadap manajer untuk memimpin suatu perusahaan membuat manajer memiliki wewenang untuk mengelola aktiva dari entitas yang dimiliki sehingga kesempatan ini yang membuat manajer memiliki

kecendrungan untuk melakukan transaksi ke perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan tujuan untuk melakukan manajemen pajak. Teori Akuntansi Positif di dalam penelitian ini dapat di gunakan sebagai pedoman dikarenakan di dalam teori ini menjelaskan tentang bagaimana manajer di suatu perusahaan memilih untuk menggunakan prosedur akuntansi yang nantinya bertujuan untuk dapat memaksimalkan laba pada periode tertentu serta berguna untuk mendapatkan bonus sesuai dengan ketentuan yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik perusahaan tersebut (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Di dalam sudut pandang pajak, adanya hubungan yang muncul diantara pihak entitas perusahaan induk yang beroperasi di luar negeri dengan anak perusahaan yang di milikinya atau disebut dengan *subsidiaries* yang beroperasi di Indonesia dapat dikatakan bahwa karakteristik hubungan tersebut merupakan entitas yang terpisah. Hal itu membuat kedua belah pihak perusahaan baik pihak perusahaan anak serta pihak perusahaan induk dapat bertransaksi yang ketentuan serta ketetapan harganya dapat diatur sesuai dengan kepentingan dan kondisi negara kedua belah pihak perusahaan sehingga perusahaan anak yang beroperasi di Indonesia akan mengalami kerugian namun sebaliknya perusahaan induk yang beroperasi di luar Indonesia akan mengalami keuntungan. Transaksi yang dapat dilakukan adalah dengan memindahkan atau menggeser pendapatan serta laba yang dihasilkan

oleh perusahaan anak yang beroperasi di Indonesia kepada perusahaan induk yang beroperasi di negara lain, hal ini membuat total pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan anak ke negara Indonesia menjadi lebih rendah dari total seharusnya. Perpindahan pendapatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan praktek *transfer pricing* yang difokuskan oleh aparat perpajakan yaitu afiliasi (*associated enterprises*) dan prinsip kewajaran atas transaksi.

Hal ini di dukung oleh penelitian Saraswati & Sujana di tahun 2017 yang mengatakan variabel pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* di karenakan perusahaan yang mendapatkan laba tinggi serta berlokasi dinegara yang mempunyai kebijakan tarif pajak relatif tinggi akan cenderung mengambil keputusan unntuk menggeser atau memindahkan laba serta pendapatan yang di hasilkannya kepada negara yang memiliki kebijakan pungutan pajak lebih rendah atau *low tax countries* melalui praktik *transfer pricing*. Hipotesis didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Halil, Herawati, & Hermanto di tahun 2019 yang mengatakan pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, dimana semakin tingginya tarif pajak yang dibayarkan oleh perusahaan mendorong perusahaan perusahaan multinasional yang berorientasi laba untuk melakukan kiat – kiat dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayar salah satunya dengan *transfer pricing*.

Hipotesis 1 : Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer*

Pricing.

2.3.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut (Sulistiyawati et al., 2019) *tunneling incentive* adalah perilaku pemegang saham mayoritas yang di mana ia menggunakan hak nya untuk mentransfer aset yang di miliki serta profit yang dihasilkan oleh perusahaan untuk keuntungan sendiri, namun pemegang saham minoritas harus menanggung biaya yang mereka bebaskan.

Menurut (Purwanto & Tumewu, 2018) Bentuk tindakan yang dapat mencerminkan perilaku *tunneling* adalah seperti perusahaan yang tidak membagikan dividen terhadap pemegang saham, perusahaan yang menjual aset atau sekuritas yang dimiliki kepada perusahaan lain namun masih memiliki hubungan dengan menetapkan harga berada di bawah harga pasar, serta perusahaan yang posisi jabatan penting yang dimilikinya di duduki oleh anggota keluarganya yang bahkan di nilai tidak memenuhi kualifikasi. Bentuk tindakan yang mencerminkan perilaku *Tunneling* bisa berupa perusahaan induk yang mentransfer melalui transaksi pihak terkait atau berupa pembagian dividen.

Teori agensi mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara agen yang di penelitian ini merupakan pemilik saham mayoritas dengan principal yang di penelitian ini merupakan pemilik saham minoritas. Pemilik saham mayoritas memiliki lebih banyak informasi di bandingkan dengan pemilik

saham minoritas. Selain itu, perbedaan kepentingan serta tujuan yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Perusahaan yang cenderung fokus terhadap besaran kepemilikan saham kepada salah satu pihak atau suatu kepentingan akan membuat pihak yang memiliki kepemilikan saham lebih besar memungkinkan mempunyai kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan serta berperan terhadap pengambilan keputusan sehingga operasi bisnis perusahaan sesuai berada di bawah kendalinya (Refgia, 2017).

Kepemilikan saham mayoritas yang berada di suatu perusahaan akan membuat pemegang saham mayoritas ingin mendapatkan pengembalian dividen yang besar sesuai dengan besaran saham yang di miliki. Maka dari itu, saat adanya jadwal pembagian dividen dari perusahaan kepada pemegang sahamnya baik pemilik saham minoritas serta mayoritas, maka pemegang saham mayoritas cenderung akan lebih memilih untuk menstransfer atau menggeser kekayaan yang dimilikinya demi tujuan dan kepentingannya sendiri sehingga besaran dividen yang diterima pemilik saham mayoritas menjadi maksimal salah satunya menggunakan *transfer pricing*. Sehingga semakin besar saham dimiliki oleh suatu pihak maka makin tinggi juga kecendrungan terjadinya praktik *transfer pricing* (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Kesimpulan nya adalah pihak pemegang saham mayoritas yang berada di suatu perusahaan akan cenderung untuk menggunakan segala bentuk tindakan untuk mempengaruhi perusahaan yang bertujuan agar perusahaan

dapat mampu melaporkan laba yang tinggi namun dengan mengorbankan hak-hak yang dimiliki oleh pemegang saham minoritas di suatu perusahaan. Tindakan yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan *transfer pricing* (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Hal ini di dukung dengan penelitian yang di tulis oleh Ayshinta, Agustin, dan Afriyenti di tahun 2019 yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian tersebut dikarenakan perusahaan induk akan melakukan penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas. Kemudian pemegang saham mayoritas akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan induk tersebut. Hasil yang sama juga terdapat di dalam penelitian yang di tulis oleh Ainayah di tahun 2019 yang menyatakan bahawa *tunneling* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* karena pemilik saham mayoritas akan memanfaatkan transaksi yang terjadi terhadap pihak afiliasi sebagai peluang untuk melakukan *tunneling*. Transaksi yang terjadi terhadap pihak afiliasi dapat berbentuk penjualan hingga pembelian asset yang di miliki sebagai sarana untuk mentransfer kas atau aset lancar lainnya agar keluar dari lingkup perusahaan. Maka pemilik saham mayoritas dapat memantau profit yang

dihasilkan oleh perusahaan bagi kepentingan pemilik saham mayoritas (Ainiyah, 2019).

Hipotesis 2 : *Tunneling Incentive* positif berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Kiswanto dalam (Melmusi, 2016) menyatakan bahwa Suatu perusahaan dapat digolongkan menjadi perusahaan besar, jika perusahaan tersebut mempunyai aset dalam jumlah yang besar. Sedangkan perusahaan dapat digolongkan menjadi perusahaan yang kecil jika perusahaan tersebut memiliki aset dalam jumlah yang lebih sedikit. Total aset dalam jumlah besar yang di miliki oleh suatu perusahaan akan menandakan bahwa perusahaan telah berada di fase kedewasaan, dimana di dalam tahap kedewasaan ini perusahaan mengalami penambahan arus kas serta dianggap telah mempunyai peluang yang cukup baik dalam mempertahankan keberlangsungan kegiatan bisnisnya dimasa yang akan datang dalam jangka waktu yang relatif cukup lama, perusahaan berskala besar manandakan bahwa kinerja nya cukup relatif stabil serta mampu melaporkan profit yang tinggi untuk setiap periodenya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset lebih kecil.

Pendirian suatu perusahaan di yakini pasti mempunyai satu tujuan (*goal congruent*) yang berguna sebagai visi dan misi yang harus di capai oleh perusahaan tersebut. Salah satu tujuan perusahaan adalah menghasilkan laba

yang maksimal serta menekan besaran tarif pajak atau beban pajak yang harus dibayar kepada negara. Maka dari itu, tindakan yang di ambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* ini sering menjadi tindakan yang sangat diperlukan oleh suatu perusahaan terutama perusahaan besar atau perusahaan multinasional (Khotimah, 2018). Hal ini sesuai dengan teori akuntansi positif dimana teori ini dapat di gunakan sebagai pedoman dikarenakan di dalam teori ini menjelaskan tentang bagaimana manajer di suatu perusahaan memilih untuk menggunakan prosedur akuntansi yang nantinya bertujuan untuk dapat memaksimalkan laba pada periode tertentu serta berguna untuk mendapatkan bonus sesuai dengan ketentuan yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik perusahaan tersebut. Apabila di suatu perusahaan menerapkan aturan bahwa besaran bonus yang didapatkan oleh manajer diukur berdasarkan tingkat pencapaian laba perusahaan di suatu periode tertentu secara keseluruhan maka masuk akal apabila seorang manajer akan lebih cenderung untuk memilih melaporkan laba bersih di periode tertentu setinggi mungkin (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Perusahaan beskala sedang hingga besar lebih mempunyai tekanan yang lebih besar yang berasal dari *stakeholders* dan *stockholders*-nya, maka harapan dari para investornya ini membuat kinerja perusahaan harus sesuai dengan kehendaknya, berbeda dengan perusahaan kecil yang mempunyai

tekanan lebih kecil di karenakan jumlah *stakeholders* dan *stockholders*-nya lebih sedikit (Rezky & Fachrizal, 2018). Diversifikasi produk yang dilakukan oleh perusahaan berskala besar atau yang mempunyai cukup banyak segmen cenderung akan lebih memilih untuk melakukan tindakan *transfer pricing*. Tindakan *transfer pricing* yang di pilih itu berguna untuk mentransfer barang dan/atau jasa antara segmen yang dimiliki oleh perusahaan, antara divisi atau bahkan antara *parent subsidiary company* (Khotimah, 2018).

Besar atau kecil nya skala suatu perusahaan tergantung kepada besaran total aset yang dimilikinya. Total aset dalam jumlah besar yang di miliki oleh suatu perusahaan akan menandakan bahwa perusahaan tersebut telah berada di fase kedewasaan, dimana di dalam fase kedewasaan ini perusahaan mengalami penambahan arus kas serta dianggap telah mempunyai peluang yang cukup baik dalam mempertahankan keberlangsungan kegiatan bisnisnya dimasa yang akan datang dalam jangka waktu yang relatif cukup lama, perusahaan berskala besar manandakan bahwa kinerja nya cukup relatif stabil serta mampu melaporkan laba tinggi untuk setiap periodenya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset lebih kecil. Perusahaan berskala besar memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* dikarenakan perusahaan yang berskala besar akan lebih memiliki peluang untuk di lihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga perusahaan cenderung untuk mengambil keputusan yang

bertujuan untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang memuaskan (Agustina, 2019).

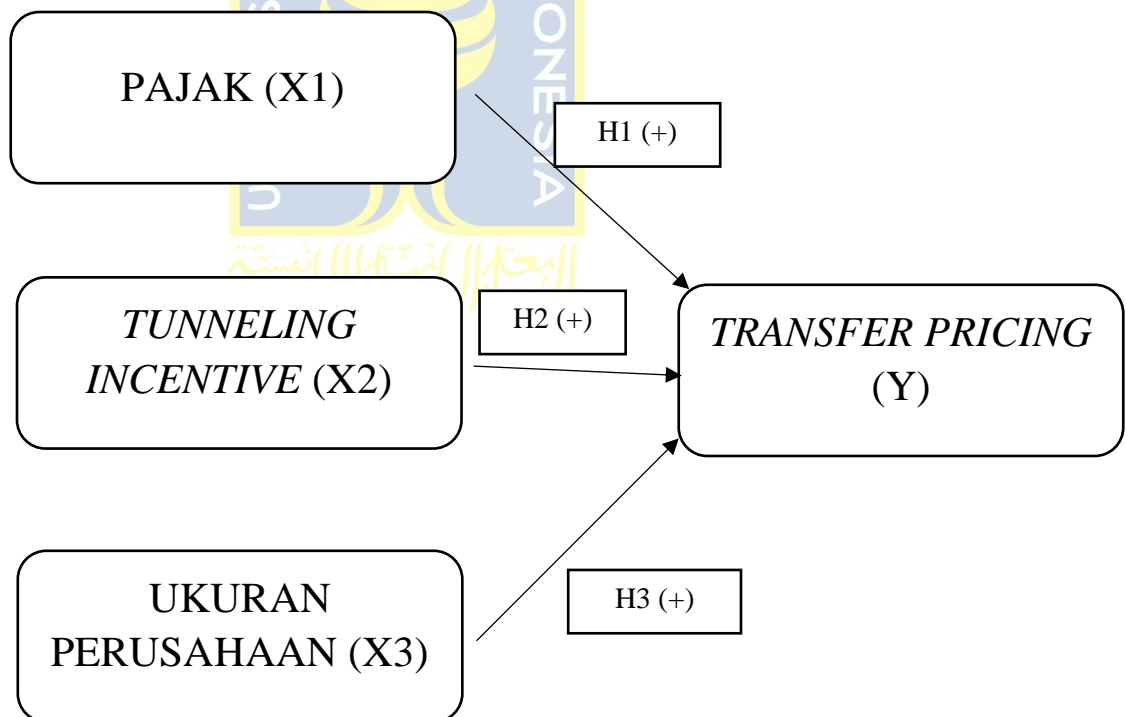
Hipotesis ini berbeda bila di bandingkan dengan penelitian yang telah ditulis oleh Azwar Halil, Titi Herawati & Hermanto (2019), Dicky Suprianto dan Raisa Pratiwi (2018), beserta Patriot Jaya Ayshinta, Henri Agustin, dan Mayar Afriyenti (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. Di jelaskan bahwa perusahaan berskala besar lewat manajer yang sedang memimpin kurang mempunyai dorongan untuk mengambil keputusan terkait pengelolaan laba, salah satunya melakukan tindakan *transfer pricing*. Sedangkan perusahaan berskala kecil lewat manajer yang sedang memimpin akan cenderung mengambil keputusan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* dikarenakan masyarakat lebih memperhatikan kinerja dari perusahaan berskala besar, maka perusahaan akan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan serta melaporkan laporan keuangannya agar menghasilkan laporan keuangan yang akurat

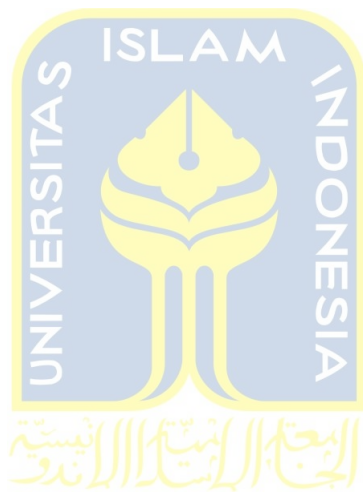
Hipotesis 3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing*.

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, kerangka pemikiran yang dimiliki penelitian ini adalah :

Gambar 1 Kerangka Penelitian





BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi di penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI periode 2016-2019. Sampel di penelitian ini di tentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2016-2019.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan dalam mata uang rupiah pada *website* resmi Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun 2016-2019, hal ini dikarenakan tidak adanya kewajiban bagi perusahaan untuk membayar pajak jika di dalam suatu periode nya melaporkan adanya kerugian.
4. Perusahaan mempunyai anak perusahaan dan/atau perusahaan afiliasi yang berada di luar negeri dengan kepemilikan lebih dari 20%.
5. Perusahaan mempunyai piutang terhadap pihak berelasi selama periode 2016-2019.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 yang dapat di peroleh dengan mengakses *website* BEI www.idx.co.id atau dengan mengakses *website* milik perusahaan yang akan diteliti.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah suatu penentuan harga transfer oleh suatu perusahaan untuk sebuah transaksi berupa barang, jasa, harta tak berwujud, sampai dengan transaksi finansial antara pihak yang memiliki hubungan istimewa agar laba yang dihasilkan maksimal (Refgia, 2017). Perhitungan *transfer pricing* menggunakan proksi rasio nilai transaksi pihak berelasi (*Related Party Transaction*) (Melmusi, 2016). Penggunaan piutang di dalam penelitian ini karena piutang merupakan klaim perusahaan terhadap uang, barang atau jasa kepada pihak lain yang muncul dikarenakan adanya transaksi di masa lalu (Rudianto, 2012). Hubungan istimewa menurut PSAK

nomor 7 yang menjelaskan bahwa terjadinya hubungan istimewa antara pihak apabila salah satu pihak memiliki kekuatan yang dapat mengendalikan pihak lain atau salah satu pihak memiliki pengaruh yang cukup signifikan sehingga dapat memengaruhi dalam pengambilan keputusan terkait keuangan dan operasional pihak lain. Transaksi yang terjadi di antara perusahaan induk dengan perusahaan anak merupakan bentuk pengalihan sumber daya, jasa, atau kewajiban. Pengungkapan piutang pihak berelasi tercantum di dalam PSAK No. 7 yaitu :

- a. kedua perusahaan mempunyai hubungan induk dan anak.
- b. kedua perusahaan memiliki direktur dan manajemen yang berbeda.
- c. adanya komitmen atau perjanjian didalamnya, terdapat syarat dan ketentuan pembayaran termasuk apakah adanya jaminan, imbalan yang diberikan ketika penyelesaian.

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang Kepada Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

3.3.2 Variabel Bebas (Variabel Independen)

3.3.2.1 Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib dari masyarakat terhadap negara dalam bentuk terutang oleh orang pribadi atau suatu badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang – undang yang berlaku di Negara Republik Indonesia, pembayaran pajak oleh masyarakat ini tidak mendapatkan imbalan secara langsung oleh negara dan akan digunakan untuk membiayai keperluan

Negara Republik Indonesia yang bertujuan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat Indonesia (Purwanto & Tumewu, 2018). Manajemen pajak merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan yang berguna untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku namun jumlah pajak yang harus dibayarkan dapat ditekan serendah atau seminimal mungkin dengan tujuan memperoleh laba dan likuiditas sesuai yang diharapkan oleh perusahaan (Afifah & Hasymi, 2020). Manajemen pajak adalah langkah konkret dan legal yang dapat digunakan oleh perusahaan sehingga dapat meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara melalui celah-celah Undang-Undang perpajakan yang ada (Henny & Febrianti, 2016). Variabel manajemen pajak di dalam penelitian ini dihitung menggunakan *Effective Tax Rate* yang merupakan tingkat pajak efektif yang dihitung melalui beban pajak penghasilan (beban pajak kini) di bagi dengan laba sebelum pajak. Apabila nilai yang dihasilkan dari perhitungan ETR semakin rendah, maka menandakan bahwa perusahaan sukses dalam melaksanakan perencanaan pajaknya (Wulandari & Septiari, 2015).

$$Effective\ Tax\ Rate = \frac{Beban\ pajak}{Laba\ sebelum\ pajak}$$

3.3.2.2 *Tunneling Incentive*

Tunneling incentive diprosikan dengan persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing.

Pemegang saham pengendali asing merupakan entitas asing yang mempunyai saham 20% atau bahkan lebih yang dianggap mempunyai pengaruh signifikan sehingga dapat mengendalikan suatu perusahaan. Pemegang saham pengendali asing mempunyai kecenderungan untuk mengendalikan manajemen dalam pengambilan keputusan sesuai dengan kepentingan dan tujuan dirinya sendiri (PSAK 15). Maka perhitungan variabel *tunneling incentive* adalah :

$$\text{Tunneling incentive} = \frac{\text{Saham yang dimiliki perusahaan asing}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

3.3.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan stuktur perusahaan (Rezky & Fachrizal, 2018). Di dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan di hitung menggunakan rumus *log of total assets*. *Log of total assets* ini berguna agar berkurangnya perbedaan yang signifikan antara ukuran suatu perusahaan ber skala besar dengan suatu perusahaan ber skala kecil, oleh karena itu variabel ukuran perusahaan ini dinilai menggunakan total aset yang dibentuk menjadi logaritma netral (Khotimah, 2018). Pengukuran variabel ukuran perusahaan memakai rumus :

$$\text{Size} = \log(\text{Total Asets Perusahaan})$$

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan metode analisis data kuantitatif yang menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Analisis data di dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknis analisis regresi berganda.

3.5 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu proses mentransformasikan suatu data penelitian ke dalam bentuk tabulasi sehingga lebih mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan. Analisis statistik di dalam penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran terhadap suatu data yang dapat dilihat dari nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi (SD) (Refgia, 2017).

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk menguji adanya variabel pengganggu atau residual yang mempunyai distribusi normal didalam suatu model regresi. Uji t dan F dapat memperkirakan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji *statistic* yang digunakan tidak valid apabila digunakan dalam jumlah sampel yang kecil. Terdapat dua macam untuk menemukan apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji *statistic* (Imam, 2005)

3.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji adanya korelasi antara variabel independen (bebas) di dalam suatu model regresi penelitian. Model regresi di dalam suatu penelitian bisa dikatakan baik jika tidak adanya korelasi di antara variabel independen (bebas) yang di miliki. Namun, apabila saat pengujian terdapat korelasi antara variabel independen, maka variabel yang ada di penelitian ini tidak ortogonal yaitu antara sesama variabel independen memiliki nilai korelasi sama dengan nol. Multikolinieritas dapat diamati dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua nilai ini akan memperlihatkan manakah variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Standar nilai yang biasa digunakan dalam suatu penelitian untuk menguji adanya multikolonieritas adalah dengan nilai *tolerance* $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 (Imam, 2005)

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual di antara suatu observasi ke observasi lainnya di dalam suatu model regresi (Refgia, 2017). Model regresi di dalam suatu penelitian bisa dikatakan baik jika data menunjukkan Homoskesdastisitas atau tidak terjadinya Heteroskesdastisitas. Terdapat dua cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas di dalam suatu model regresi, yaitu dengan

menggunakan metode grafik dan metode *statistic*. Metode grafik merupakan metode yang melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dengan residualnya. Sedangkan metode *statistic* merupakan metode yang menggunakan Uji *Park*, Uji *Glejser*, Uji *White* (Imam, 2005). Namun, di dalam penelitian ini akan menggunakan Uji *Glejser*

3.6.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t (saat ini) dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam suatu model regresi. Permasalahan autokorelasi dapat terjadi apabila di dalam model regresi muncul korelasi di dalam suatu model regresi. Autokorelasi yang muncul di dalam model regresi ini terjadi karena adanya pengamatan yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu amatan ke amatan yang lain. Data runtut waktu / *time series* sering terlibat masalah dikarenakan adanya “gangguan” dari seseorang individu/kelompok akan cenderung mempengaruhi “gangguan” lain terhadap individu/kelompok yang sama di periode selanjutnya.

Permasalahan autokorelasi relatif jarang terjadi di data crossection (silang waktu) dikarenakan “gangguan” pada pengamatan terhadap data yang berbeda sumber akan berasal dari

individu/kelompok yang berbeda juga. Model regresi di dalam suatu penelitian dapat di katakana baik apabila regresi bebas dari autokorelasi. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah dengan Uji *Durbin Watson* dan *Run Test* (Imam, 2005). Di penelitian ini uji autokorelasi menggunakan uji *Run Test*.

3.7 Analisis Regresi

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independen (*explanatory*) terhadap suatu variable dependen (Imam, 2005). Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variable dependen dengan masing-masing prediktoranya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

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

Dimana :

Y = *Transfer Pricing*

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Pajak (Variabel independen)

X₂ = *Tunneling Incentive* (Variabel independen)

X₃ = Ukuran Perusahaan (Variabel Independen)

$e = Error$

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji t (Secara Parsial)

Uji hipotesis menggunakan uji t memiliki tujuan untuk menguji kemampuan variabel independen secara subjektif dalam menggambarkan variasi variabel dependen (Imam, 2005). Uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$), apabila nilai signifikansi t kurang dari 0,05 hipotesis diterima sedangkan jika nilai signifikansi t melebihi 0,05 hipotesis ditolak. (Sanusi 2011 dalam (Suprianto & Pratiwi, 2017).

3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 di dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan suatu model regresi dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1, dimana jika nilai *adjusted* R^2 semakin mendekati angka 1, maka semakin baik kemampuan suatu model regresi tersebut dalam menjelaskan variabel independen (Sanusi 2011 dalam (Suprianto & Pratiwi, 2017).

3.9 Hipotesis Operasional

3.9.1 Pajak

$H_{o1} ; \beta_1 \leq 0$: Pajak tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

$H_{a1} ; \beta_1 > 0$: Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

3.9.2 Tunneling Incentive

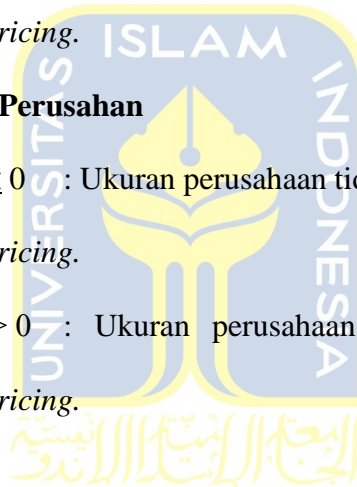
$H_{o2} ; \beta_1 \leq 0$: *Tunneling incentive* tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

$H_{a2} ; \beta_1 > 0$: *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

3.9.3 Ukuran Perusahaan

$H_{o3} ; \beta_1 \leq 0$: Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

$H_{a3} ; \beta_1 > 0$: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi di dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016 - 2019 dengan total 143 perusahaan. Pemilihan sample penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah di tentukan, di temukan sample perusahaan sebanyak 19 perusahaan. Kriteria penelitian yang digunakan penulis dalam pemilihan sampel dapat di lihat dalam table 4.1 :

Table 1 4.1 Proses Pemilihan Sampel

No.	Keterangan	Total Perusahaan
1.	Perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2016-2019.	143
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dan dalam mata uang dollar pada website resmi Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.	(39)
3.	Perusahaan mengalami kerugian selama tahun 2016-2019.	(33)
4.	Perusahaan tidak mempunyai anak perusahaan dan/atau perusahaan afiliasi di luar negeri dengan kepemilikan lebih dari 20%.	(47)
5.	Perusahaan tidak mempunyai piutang terhadap pihak berelasi selama periode 2016-2019.	(5)
Jumlah sampel		19
Jumlah sampel 4 tahun (19 Perusahaan x 4 tahun)		76
Jumlah data outlier		(26)
Jumlah data sampel terakhir		50

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menyajikan hasil berupa nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi berdasarkan pengujian atas pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan yang berupa variabel independen dan variabel dependen berupa *transfer pricing*. Berikut hasil pengolahan data statistik deskriptif menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 24* yang terdapat di tabel 4.2 :

Table 2 4.2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transfer_Pricing	50	.001	.127	.04472	.032420
Pajak	50	.163	.291	.24133	.032294
Tunneling_Incentive	50	.246	1.000	.67432	.264216
Ukuran_Perusahaan	50	27.066	33.495	29.77016	1.700790
Valid N (listwise)	50				

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel di atas, kesimpulan untuk masing-masing variabel adalah :

1. *Transfer Pricing* (Y) memiliki nilai minimum 0,001 yang berarti masih terdapat perusahaan yang mempunyai transaksi pihak berelasi yang rendah. Nilai maksimum *transfer pricing* sebesar 0,127 yang berarti terdapat perusahaan yang mempunyai transaksi pihak berelasi yang tinggi. Nilai rata-rata *transfer pricing* sebesar 0,04472 yang menunjukkan bahwa tingkat perusahaan multinasional melakukan transfer pricing rendah,

berkisar 4,472% atau dibawah 50%. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,032420 menggambarkan bahwa data transfer pricing bersifat homogen dikarenakan besaran standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai mean atau rata-rata.

2. Pajak (X1) memiliki nilai minimum 0,163 yang berarti terdapat perusahaan yang perencanaan pajaknya rendah. Nilai maksimum sebesar 0,291 yang menunjukkan terdapat perusahaan yang mempunyai perencanaan pajak yang tinggi. Nilai rata-rata variabel pajak adalah 0,24133 yang berarti tingkat perusahaan yang mempunyai perencanaan pajak cukup baik, berkisar 24,13% atau dibawah 50%. Sedangkan standar deviasi 0,032294 menggambarkan bahwa data pajak bersifat homogen dikarenakan besaran standar deviasi lebih kecil daripada nilai mean atau rata-rata.
3. *Tunneling Incentive* (X2) memiliki nilai minimum 0,246 yang menunjukkan tingkat tunneling yang rendah pada suatu perusahaan. Nilai maksimum 1,000 yang menandakan tingkat tunneling yang tinggi pada suatu perusahaan. Nilai rata-rata variabel *tunneling incentive* adalah 0,67432 menunjukkan bahwa mayoritas data sampel perusahaan di Indonesia pada penelitian ini melakukan tunneling, berkisar 67,432% atau diatas 50%. Sedangkan standar deviasi 0,264216 menggambarkan bahwa data tunneling yang ada di dalam penelitian ini bersifat homogen

dikarenakan nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai mean atau rata-rata.

4. Ukuran Perusahaan (X3) memiliki nilai minimum 27,066 yang menandakan bahwa terdapat perusahaan yang mempunyai asset rendah dibanding perusahaan lain yang menjadi sampel penelitian ini. Nilai maksimum sebesar 33,494 terdapat perusahaan yang mempunyai asset tertinggi dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Nilai rata-rata variabel ukuran perusahaan adalah 29,77016 menandakan bahwa perusahaan di Indonesia yang menjadi sampel penelitian ini merupakan perusahaan yang besar karena mempunyai total asset yang besar. Sedangkan standar deviasi 1,700790 menggambarkan bahwa data ukuran perusahaan bersifat homogen dikarenakan nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata atau mean.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan menguji apakah di dalam suatu model regresi, variabel pengganggu (residual) berdistribusi normal. Analisa yang digunakan untuk uji normalitas adalah analisa *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) melalui aturan sebagai landasan dalam mengambil keputusan apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data yang ada di dalam model regresi berdistribusi normal (Tiwa

et al., 2017). Berikut hasil pengolahan data untuk uji normalitas menggunakan SPSS 24 yang tertulis di tabel 4.3 :

Table 3 4.3.1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	50
Test Statistic	.093
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS di peroleh hasil nilai signifikasi *One-Sample Kolmogrov Smirnov Test* adalah 0.200. Nilai signifikasi $0.200 > 0.05$, hal ini menunjukkan data yang ada di dalam model regresi penelitian ini berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui korelasi antara variabel independen di dalam suatu model regresi. Cara mendeteksi adanya multikolinearitas di dalam suatu model regresi yakni melalui besaran nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Standar besaran nilai yang dapat membuktikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas di dalam suatu model regresi adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 .

Bersumber pada hasil pengolahan data menggunakan SPSS yang dapat di lihat pada tabel 4.4 diperoleh hasil nilai VIF untuk variabel pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan berturut-

turut adalah 1.155, 1.021, 1.163. Sedangkan nilai *tolerance* untuk variabel pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan berturut-turut adalah 0.866, 0.979, 0.860. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai VIF kurang dari 10 atau nilai *tolerance* lebih besar dari pada 0,10 yang berarti data penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Table 4 4.3.2 Uji Multikolienaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pajak	.866	1.155
	Tunneling_Incentive	.979	1.021
	Ukuran_Perusahaan	.860	1.163

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual di antara suatu observasi ke observasi lainnya di dalam suatu model regresi. Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser lewat cara meregresikan variabel-variabel independen ke dalam nilai absolute residualnya. Apabila setelah uji gleter di temukan adanya pengaruh signifikan dari variabel bebas atas nilai mutlak residualnya maka di model regresi itu ditemukan kasus heteroskedatisitas (Gujarat, D & Porter, D, 2009).

Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS yang dapat di lihat dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel independen pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi berturut-turut 0.153, 0.222, 0.538. Nilai signifikansi variabel independen ini > 0.05 . berarti dapat di simpulkan bahwa data penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Table 5 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.296	.202
	Pajak	-1.453	.153
	Tunneling_Incentive	1.238	.222
	Ukuran_Perusahaan	-.620	.538

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *run test*. *Run test* sebagai bagian dari *statistic* non parametik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi, maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Uji autokorelasi menggunakan uji statistik non-parametik

run test memiliki ketentuan jika nilai signifikan lebih kecil $< 0,05$ maka data yang digunakan terdapat gejala autokorelasi. Namun, apabila nilai signifikan lebih besar $> 0,05$ maka data tidak terdapat gejala autokorelasi. Hasil pengujian dapat di lihat pada tabel 4.6 berikut :

Table 6 4.3.4 Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.00554
Asymp. Sig. (2-tailed)	.086

Dapat dilihat hasil pengolahan data menggunakan SPSS pada tabel 4.6, nilai tes $-0,00554$ dengan nilai signikansi sebesar $0,086$. Nilai signifikansi $0,086 > 0,05$ yang bermakna bahwa data penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

4.4 Analisis Regresi

Table 7 4.4 Analisis Regresi

Coefficients^a		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	-.226
	Pajak	.365
	Tunneling_Incentive	.006
	Ukuran_Perusahaan	.006

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda, terdapat tiga variabel independen, ketiga variabel independen tersebut merupakan Pajak,

Tunneling incentive, dan Ukuran perusahaan. Pada tabel diatas menginterpretasikan nilai dalam kolom B yang menunjukkan konstanta (α), Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = -0,226 + 0,365X_1 + 0,006X_2 + 0,006X_3$$

Konstanta = - 0,226

Nilai konstanta negatif diatas menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif terhadap variabel dependen yang merupakan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen mengalami kenaikan atau berpengaruh satu-satuan, maka variabel dependen yaitu *transfer pricing* akan turun sebesar 0,226.

Sedangkan nilai konstanta untuk variabel independen berupa pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan secara berturut-turut sebesar 0,365, 0,006, dan 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap variabel dependen yang merupakan *transfer pricing*. Maka, apabila ketiga variabel independen mengalami kenaikan satu-satuan sedangkan variabel lain di anggap tetap maka akan menaikkan *transfer pricing* sebesar 0,365 untuk variabel pajak 0,006 untuk variabel *tunneling incentive* dan 0,006 untuk variabel ukuran perusahaan.

4.5 Uji Hipotesis

Table 8 Uji Hipotesis

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	.029
	Pajak	.016
	Tunneling_Incentive	.739
	Ukuran_Perusahaan	.037

4.3.5 Uji t

Pengujian model regresi berganda ini dilakukan dengan uji secara parsial (uji t) dimana kriteria uji signifikansi menggunakan uji t adalah :

Ho : apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Ha : apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan menggunakan SPSS 24 yang dapat di lihat pada tabel 4.4 yang penjelasannya sebagai berikut:

Table 9 Uji t

Hipotesis	Deskripsi	Coefficient	Probabilitas ($\alpha = 0,05$)	Hasil
H ₁	Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .	0,365	0,016	Diterima
H ₂	<i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif	0,006	0,739	Di tolak

	terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .			
H ₃	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .	0,006	0,037	Diterima

4.3.5.1 Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis pertama penelitian ini merupakan pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,016 maka H₀ ditolak dan H_a di terima. Nilai signifikansi positif 0,016 < 0,05 memiliki makna bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan perusahaan multinasional yang berorientasi terhadap laba yang tinggi namun berada di dalam negara yang memiliki kebijakan tarif pajak yang tinggi juga akan menggeser atau memindahkan pendapatan dan profitnya melalui perusahaan anak yang berlokasi di Negara Republik Indonesia ke perusahaan induk yang berlokasi di negara lain dengan kebijakan tarif pajak lebih rendah, sehingga total pajak yang wajib di bayarkan oleh perusahaan ke negara menjadi berkurang. Perpindahan pendapatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan praktek transfer pricing yang difokuskan oleh aparat perpajakan yaitu afiliasi (*assoiciated enterprises*) dan prinsip kewajaran atas transaksi.

Asimetri informasi yang timbul diantara manajemen dan pihak pemilik saham membuat manajemen yang diberi wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan memilih untuk memanfaatkan peraturan perpajakan antara negara yang berbeda sehingga dapat terjadinya *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak yang wajib di bayarkan oleh suatu perusahaan terhadap negara.

Penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian yang di tulis oleh (Jumaidi et al., 2018) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini di karenakan terdapat banyak negara yang memiliki pengenaan tarif pajak lebih rendah dari negara dimana merupakan tempat aktifitas bisnis berlangsung, kondisi ini akan memberikan pengaruh psikologis terhadap entitas untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang di lakukan oleh (Tiwa et al., 2017) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dikarenakan semakin meningkatnya beban pajak yang harus di bayarkan oleh perusahaan terhadap negara membuat perusahaan-perusahaan multinasional yang berorientasikan pada laba usaha akan memanfaatkan peluang tersebut untuk meminimalisir jumlah beban pajak yang harus di bayarkan menggunakan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini bisa menandakan bahwa penggunaan prinsip kewajaran (*arm's length price*) yang semestinya berguna sebagai peninjau dalam praktik *transfer pricing*, nyatanya belum di manfaatkan secara maksimal. Kelemahan ini lah yang perlu dijadikan kepedulian untuk Dirjen Pajak yang memiliki wewenang ketika penentuan tarif

transaksi antara pihak-pihak yang memiliki relasi melalui kesepakatan harga transfer (*Advance Pricing Agreement/APA*).

4.3.5.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis kedua penelitian ini adalah *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut tidak di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,739 maka H_a ditolak dan H_0 di terima.. Nilai signifikansi positif $0,739 > 0,05$ yang memiliki makna bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh pada *transfer pricing*. Hal ini berarti pemilik saham mayoritas tidak memiliki hak untuk mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait *transfer pricing*. Pengambilan keputusan terkait *transfer pricing* hendaknya diperlukan persetujuan atas semua pihak yaitu dewan komisaris, dewan direksi serta semua pihak yang berkontribusi terhadap perusahaan dan tidak berdasarkan kehendak dari pemilik saham mayoritas.

Hal ini mengindikasikan bahwa teori agensi yang tertulis di dalam hipotesis pertama tidak terbukti di dalam penelitian ini. Teori agensi mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara agen yang di penelitian ini merupakan pemilik saham mayoritas dengan principal yang di penelitian ini merupakan pemilik saham minoritas. Pemilik saham mayoritas memiliki lebih banyak informasi di bandingkan dengan pemilik saham minoritas. Selain itu, kepentingan serta tujuan yang berbeda-beda dari masing-masing pihak.

Kepemilikan saham yang terkonsentrasi hanya terhadap salah satu pihak atau suatu kepentingan yang akan memberikan kemampuan mengendalikan kegiatan bisnis suatu perusahaan yang berada di bawah kendalinya (Refgia, 2017).

Kesimpulan nya adalah para pemilik saham mayoritas akan cenderung melancarkan berbagai upaya untuk mampu mewujudkan profit yang tinggi dengan mengorbankan hak-hak pemilik saham minoritas menggunakan *transfer pricing* (Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana, 2017).

Padahal di dalam penelitian ini membuktikan bahwa ada dan tiadanya pemegang saham mayoritas tidak mempengaruhi besar kecilnya keputusan *transfer pricing* yang di lakukan dalam suatu perusahaan. Pemilik saham mayoritas tidak menggunakan hak mayoritas nya untuk membuat perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ayshinta et al., 2019) yang mengemukakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang berarti besar kecilnya *tunneling incentive* pada perusahaan tidak ada pengaruhnya terhadap *transfer pricing* perusahaan tersebut. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa pemegang saham mayoritas tidak menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan *transfer pricing* atau bisa juga diartikan bahwa ada atau tidaknya pemegang saham mayoritas, perusahaan akan tetap

melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian lainnya di dukung dengan penelitian yang di tulis oleh (Ainiyah, 2019) yang mengemukakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang berarti pemilik saham mayoritas menyerahkan wewenang serta kepercayaan terhadap manajemen suatu perusahaan untuk penentuan keputusan sehubungan dengan transaksi *transfer pricing* yang terjadi.

4.3.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,037 maka H_0 ditolak dan H_a di terima. Nilai signifikansi positif $0,037 < 0,05$ yang memiliki makna bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin mempunyai tekanan lebih besar dari para *stakeholders* dan *stockholders*-nya yang menuntut kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil yang mempunyai tekanan lebih kecil dari para *stakeholders* dan *stockholders*-nya (Rezky & Fachrizal, 2018). Perusahaan dengan skala besar yang mempunyai diversifikasi produk atau segmen yang banyak akan mempunyai peluang lebih tinggi akan pelaksanaan kebijakan *transfer pricing* untuk mentransfer barang

atau jasa antara segmen, antara divisi atau pun antara *parent subsidiary company* (Khotimah, 2018).

Hasil penelitian ini di dukung dengan hasil penelitian yang ditulis oleh (Agustina, 2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* yang berarti bahwa suatu perusahaan dapat digolongkan menjadi perusahaan besar, jika perusahaan tersebut mempunyai aset dalam jumlah yang besar. Sedangkan perusahaan dapat digolongkan menjadi perusahaan yang kecil jika perusahaan tersebut memiliki aset dalam jumlah yang lebih sedikit. Total aset dalam jumlah besar yang di miliki oleh suatu perusahaan akan menandakan bahwa perusahaan telah berada di fase kedewasaan, dimana di dalam tahap kedewasaan ini perusahaan mengalami penambahan arus kas serta dianggap telah mempunyai peluang yang cukup baik dalam mempertahankan keberlangsungan kegiatan bisnisnya dimasa yang akan datang dalam jangka waktu yang relatif cukup lama, perusahaan berskala besar manandakan bahwa kinerja nya cukup relatif stabil serta mampu melaporkan profit yang tinggi untuk setiap periodenya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset lebih kecil. Perusahaan berskala besar memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* dikarenakan perusahaan yang berskala besar akan lebih memiliki peluang untuk di lihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga perusahaan cenderung untuk mengambil keputusan yang bertujuan untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang memuaskan. Namun,

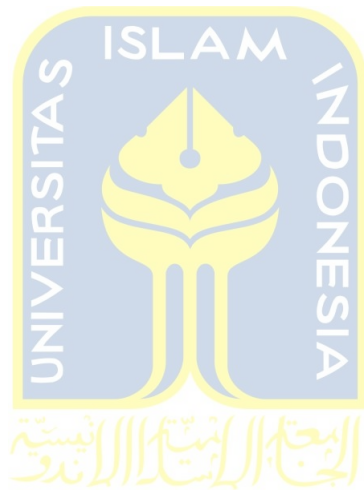
hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Refgia, 2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena perusahaan berskala besar lewat manajer yang sedang memimpin kurang mempunyai dorongan untuk mengambil keputusan terkait pengelolaan laba, salah satunya melakukan tindakan *transfer pricing*. Sedangkan perusahaan berskala kecil lewat manajer yang sedang memimpin akan cenderung mengambil keputusan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* dikarenakan masyarakat lebih memperhatikan kinerja dari perusahaan berskala besar, maka perusahaan akan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan serta melaporkan laporan keuangannya agar menghasilkan laporan keuangan yang akurat.

4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Terlihat pada tabel 4.8 hasil dari pengolahan data dari SPSS ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square senilai 0,102. Artinya bahwa 10,2% *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan, sisanya 89,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan ke dalam model penelitian ini.

Table 10 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 ^a	.157	.102	.030717



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah :

1. Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin tinggi kebijakan tarif pajak di suatu negara tempat berlangsungnya perusahaan, maka semakin membuat perusahaan menggeser pendapatan dan laba nya ke bagian negara yang mempunyai kebijakan besaran tarif pajak lebih rendah menggunakan *transfer pricing*.
2. *Tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Pemilik saham mayoritas tidak mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin luas pangsa pasar perusahaan yang menjadikan perusahaan melakukan diversifikasi produk terhadap anak perusahaan atau perusahaan afiliasi atas barang atau jasa dengan menggunakan *transfer pricing*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang harus di perhatikan yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian yaitu

1. Hasil koefisien determinasi (R^2) yang dapat dilihat dari nilai adjusted R square yang hanya sebesar 10,2%.
2. Penelitian ini menggunakan data ETR dengan tahun yang sama dengan tahun transfer pricing. Sehingga kurang menggambarkan pengaruh ETR terhadap transfer pricing, karena transfer pricing terjadi sebelum ETR.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian di atas yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang berguna untuk catatan bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya di harapkan memperluas lingkup sampel perusahaan. Sehingga di harapkan sampel perusahaan tidak hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).
2. Peneliti selanjutnya di harapkan menggunakan variabel independen lain seperti *corporate governance*, *leverage*, *profitability* sehingga memperluas faktor-faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing*.

5.4 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan, terdapat hal-hal yang bisa menjadi pertimbangan terhadap pihak yang memiliki kaitan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*.

Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini menjadi rujukan terhadap perusahaan dalam mengambil keputusan di masa yang akan datang sehingga keputusan yang di ambil dapat maksimal dan menguntungkan perusahaan namun tidak merugikan negara.

2. Bagi Investor

Di harapkan hasil penelitian ini menjadi informasi bagi investor agar mengetahui apa saja yang mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat di gunakan oleh investor untuk berhati-hati dalam menginvestasikan kepada perusahaan yang mengelola keputusan *transfer pricing* dengan bijak sehingga keuntungan yang di terima maksimal.

3. Bagi Pemerintah

Di harapkan hasil penelitian ini menjadi informasi bagi Direktorat Jendral Pajak untuk membuat kebijakan mengenai tarif pajak dan pembayaran pajak bagi perusahaan di negara Indonesia agar dapat mengantisipasi tindakan *transfer pricing* yang dapat merugikan negara.

DAFTAR PUSTAKA

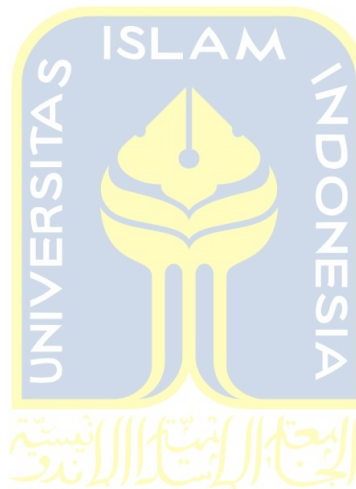
- Afifah, M. D., & Hasymi, M. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, intensitas aset tetap dan fasilitas terhadap manajemen pajak dengan indikator tarif pajak efektif. *Journal of Accounting Science*, 4(1), 29–42. <https://doi.org/10.21070/jas.v4i1.398>
- Agustina, N. A. (2019). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung*, 0(April), 53–66.
- Ainiyah, S. K. (2019). Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar, Tunneling Incentive Pada Transfer Pricing. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Volume 8(e-ISSN: 2460-0585).
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jea*, 1(1), 572–588. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/download/96/61/>
- Ayu Rai Surya Saraswati, G., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1000–1029.
- Falbo, T. D., & Firmansyah, A. (2018). Thin Capitalization, Transfer Pricing Aggresiveness, Penghindaran Pajak. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 2(1), 1–28. <https://doi.org/10.36766/ijag.v2i1.6>
- Guing, A., & Aria, F. (2011). Manajemen laba dan Tunneling Melalui Transaksi Pihak Istimewa Di Sekitar Penawaran Saham Perdana. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XIV*.
- Gujarat, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Economics*. New York: McGraw-Hills.
- Halil, A., Herawati, T., & Hermanto. (2019). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Spesialisasi Keahlian Auditor Pajak, Ukuran Perusahaan, Gross Profit Margin

- Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Ejurnal Binawakya*, 44(12), 2–8.
- Henny, & Febrianti, M. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pajak pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(2), 159–166.
- Imam, G. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS + CD-Rom, Ed.3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan., (2009).
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>
- Jumaidi, L. T., Bambang, & Hudaya, R. (2017). Analisis Pajak, Tunneling, Gross Margin, Dan Kap Spesialis Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.29303/jaa.v1i2.1>
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunnelin Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125–138. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/787>
- Melmusi, Z. (2016). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan yang Tergabung dalam Jakarta Islamic Index dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 5(2), 1–12.
- Nana, M. (2018). Positive Accounting Theory (Pat): Telaah Literatur Dari Berbagai Perspektif. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 9(2), 72. <https://doi.org/10.18860/em.v11i2.5271>

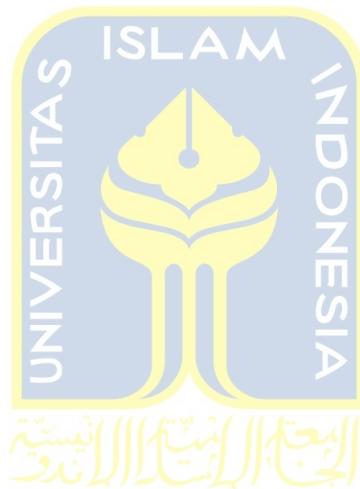
- Nugraha, A. K. (2016). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Digilib UNNES*.
- Panjalusman, P. A., Nugraha, E., & Setiawan, A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 6(2), 105. <https://doi.org/10.17509/jpak.v6i2.15916>
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 46/M-DAG/PER/9/2009 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 15 Tentang Akuntansi untuk Investasi dalam Perusahaan Asosiasi.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 7 tentang Pengungkapan Pihak-Pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa.
- Pratiwi, B. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 90. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.3.90-103>
- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v14i1.412>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 1960–1970.
- Rezky, M. A., & Fachrizal. (2018). 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(3), 401–415.

- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9(2), 136–150.
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Transaksi Transfer Pricing*. 30(1), 103–115.
- Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi*. Erlangga.
- Santosa, S. J. D., & Suzan, L. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Kajian Akuntansi*, 19(1), 72–80.
- Sari, E. P., & Mubarak, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Pajak Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016). *Seminar Nasional I Universitas Pamulang*, 1–6.
- Scott, W. (2015). *Financial Accounting Theory, 7th*, Pearson Prentice-Hall.
- Sulistiyawati, A. I., Santoso, A., & Rokhawati, L. (2019). Deteksi Determinan Keputusan Transfer Pricing. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 13(1), 22. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i1.61>
- Suprianto, D., & Pratiwi, R. (2017). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013 – 2016. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1–15.
- Tiwa, E. M., Saerang, D. P. ., & Tirayoh, V. Z. (2017). Pengaruh Pajak Dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2666–2675. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.17105>
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, (2008).

- Watts, R. L., & Jerold L, Z. (1990). Postive Accounting Theory: A Ten Years Perspective. *The Accounting Review*, Vol.65. No, 131–156.
- Wulandari, M., & Septiari, D. (2015). Effective Tax Rate : Efek dari Corporate Governance Abstrak. *Akuntansi, Jurnal Bisnis, Manajemen*, 3(2), 177–183.



LAMPIRAN



Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan

NO.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk
2	ASII	Astra International Tbk
3	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
4	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
5	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
7	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk
8	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
9	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk
10	KLBF	Kalbe Farma Tbk
11	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
12	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
13	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
14	SKLT	Sekar Laut Tbk
15	SMGR	Semen Indonesia Tbk d.h Semen Gresik Tbk
16	TCID	Mandom Indonesia Tbk
17	TRIS	Trisula International Tbk
18	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
19	VOKS	Voksel Electric Tbk

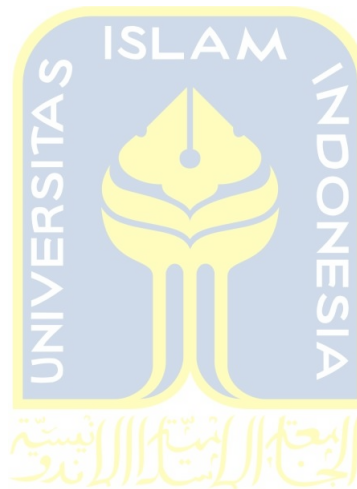


Lampiran 2 Data Transfer Pricing Perusahaan Periode 2016-2019

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TRANSFER PRICING		
			PIUTANG KEPADA PIHAK BERELASI	TOTAL PIUTANG	HASIL
1	ARNA	2016	442,233,969,661.00	463,045,386,250.00	0.9551
		2017	502,676,230,333.00	527,662,461,156.00	0.9526
		2018	480,061,330,487.00	503,845,537,083.00	0.9528
		2019	494,132,691,237.00	523,863,788,842.00	0.9432
2	ASII	2016	1,537,000,000,000.00	17,409,000,000,000.00	0.0883
		2017	1,566,000,000,000.00	23,785,000,000,000.00	0.0658
		2018	1,565,000,000,000.00	29,655,000,000,000.00	0.0528
		2019	1,257,000,000,000.00	28,110,000,000,000.00	0.0447
3	CPIN	2016	128,882,000,000.00	2,187,133,000,000.00	0.0589
		2017	119,772,000,000.00	2,239,906,000,000.00	0.0535
		2018	6,317,000,000.00	2,771,333,000,000.00	0.0023
		2019	2,130,000,000.00	3,041,361,000,000.00	0.0007
4	DVLA	2016	21,342,480,000.00	440,446,957,000.00	0.0485
		2017	30,935,697,000.00	448,003,830,000.00	0.0691
		2018	16,710,786,000.00	550,099,354,000.00	0.0304
		2019	15,350,927,000.00	535,208,236,000.00	0.0287
5	HMSP	2016	198,168,000,000.00	3,124,358,000,000.00	0.0634
		2017	222,124,000,000.00	3,375,798,000,000.00	0.0658
		2018	137,280,000,000.00	3,370,321,000,000.00	0.0407
		2019	136,413,000,000.00	3,118,541,000,000.00	0.0437
6	INDF	2016	887,206,000,000.00	3,729,640,000,000.00	0.2379
		2017	1,098,680,000,000.00	3,941,053,000,000.00	0.2788
		2018	1,143,472,000,000.00	4,258,499,000,000.00	0.2685
		2019	1,227,677,000,000.00	4,128,356,000,000.00	0.2974
7	INTP	2016	69,081,000,000.00	2,536,242,000,000.00	0.0272
		2017	17,719,000,000.00	2,467,081,000,000.00	0.0072
		2018	4,221,000,000.00	2,961,556,000,000.00	0.0014
		2019	12,716,000,000.00	2,971,435,000,000.00	0.0043
8	JPFA	2016	65,595,000,000.00	1,146,133,000,000.00	0.0572
		2017	97,012,000,000.00	1,443,591,000,000.00	0.0672
		2018	92,056,000,000.00	1,600,721,000,000.00	0.0575
		2019	116,720,000,000.00	1,851,323,000,000.00	0.0630
9	KBLI	2016	56,801,338,085.00	529,785,330,337.00	0.1072
		2017	23,873,699,608.00	704,503,847,077.00	0.0339

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TRANSFER PRICING		
			PIUTANG KEPADA PIHAK BERELASI	TOTAL PIUTANG	HASIL
		2018	19,610,987,333.00	1,079,785,272,361.00	0.0182
		2019	8,724,907,813.00	1,532,791,825,868.00	0.0057
10	KLBF	2016	24,593,763,079.00	2,606,612,666,119.00	0.0094
		2017	68,042,882,218.00	1,040,508,502,669.00	0.0654
		2018	75,208,161,202.00	1,214,689,608,252.00	0.0619
		2019	41,677,083,452.00	3,531,177,696,227.00	0.0118
11	MAIN	2016	70,442,011,000.00	348,005,966,000.00	0.2024
		2017	79,836,705,000.00	361,114,944,000.00	0.2211
		2018	37,297,740,000.00	309,273,625,000.00	0.1206
		2019	40,903,077,000.00	399,441,023,000.00	0.1024
12	MLBI	2016	2,734,000,000.00	286,846,000,000.00	0.0095
		2017	12,149,000,000.00	560,248,000,000.00	0.0217
		2018	680,000,000.00	604,963,000,000.00	0.0011
		2019	2,352,000,000.00	858,299,000,000.00	0.0027
13	ROTI	2016	141,530,530,025.00	138,850,856,494.00	1.0193
		2017	160,402,331,673.00	164,515,198,562.00	0.9750
		2018	206,783,616,894.00	206,166,236,967.00	1.0030
		2019	199,487,612,360.00	282,085,488,326.00	0.7072
14	SKLT	2016	1,497,089,400.00	108,361,346,707.00	0.0138
		2017	4,148,367,464.00	116,147,932,953.00	0.0357
		2018	5,187,100,730.00	163,848,351,756.00	0.0317
		2019	4,251,875,614.00	177,886,504,926.00	0.0239
15	SMGR	2016	638,200,521,000.00	3,199,717,689,000.00	0.1995
		2017	854,495,086,000.00	4,031,171,228,000.00	0.2120
		2018	1,187,905,000,000.00	4,598,310,000,000.00	0.2583
		2019	1,493,872,000,000.00	4,995,989,000,000.00	0.2990
16	TCID	2016	9,513,125,433.00	314,905,003,168.00	0.0302
		2017	19,872,254,601.00	378,597,630,625.00	0.0525
		2018	14,257,300,359.00	372,943,508,175.00	0.0382
		2019	24,770,926,780.00	426,033,343,382.00	0.0581
17	TRIS	2016	1,572,020,017.00	135,516,545,657.00	0.0116
		2017	11,601,377,495.00	186,936,196,172.00	0.0621
		2018	18,218,551,384.00	205,870,577,417.00	0.0885
		2019	21,491,185,395.00	177,720,219,968.00	0.1209
18	UNVR	2016	417,368,000,000.00	3,290,889,000,000.00	0.1268
		2017	368,637,000,000.00	4,346,917,000,000.00	0.0848

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TRANSFER PRICING		
			PIUTANG KEPADA PIHAK BERELASI	TOTAL PIUTANG	HASIL
		2018	498,066,000,000.00	4,485,405,000,000.00	0.1110
		2019	438,775,000,000.00	4,896,714,000,000.00	0.0896
19	VOKS	2016	46,135,521,300.00	606,259,771,237.00	0.0761
		2017	44,963,920,000.00	669,604,677,427.00	0.0671
		2018	32,784,048,000.00	763,142,713,740.00	0.0430
		2019	12,449,514,236.00	887,123,660,638.00	0.0140

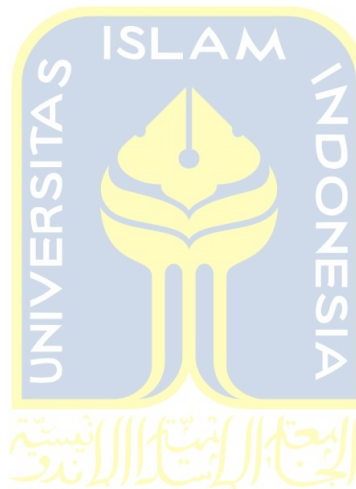


Lampiran 3 Data Pajak Perusahaan Periode 2016-2019

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	PAJAK		
			BEBAN PAJAK PENGHASILAN	LABA SEBELUM PAJAK	ETR
1	ARNA	2016	32,462,388,949.00	123,838,299,924.00	0.2621
		2017	44,020,031,391.00	166,203,941,034.00	0.2649
		2018	53,522,141,574.00	211,729,940,176.00	0.2528
		2019	73,932,125,865.00	291,607,365,374.00	0.2535
2	ASII	2016	3,951,000,000,000.00	22,253,000,000,000.00	0.1775
		2017	6,016,000,000,000.00	29,137,000,000,000.00	0.2065
		2018	7,623,000,000,000.00	34,995,000,000,000.00	0.2178
		2019	7,433,000,000,000.00	34,054,000,000,000.00	0.2183
3	CPIN	2016	1,731,848,000,000.00	3,983,661,000,000.00	0.4347
		2017	759,947,000,000.00	3,259,822,000,000.00	0.2331
		2018	1,355,866,000,000.00	5,907,351,000,000.00	0.2295
		2019	963,064,000,000.00	4,595,238,000,000.00	0.2096
4	DVLA	2016	62,333,656,000.00	214,417,056,000.00	0.2907
		2017	63,898,628,000.00	226,147,921,000.00	0.2826
		2018	72,191,936,000.00	272,843,904,000.00	0.2646
		2019	79,466,786,000.00	301,250,035,000.00	0.2638
5	HMSP	2016	4,249,218,000,000.00	17,011,447,000,000.00	0.2498
		2017	4,224,272,000,000.00	16,894,806,000,000.00	0.2500
		2018	4,422,851,000,000.00	17,961,269,000,000.00	0.2462
		2019	4,537,910,000,000.00	18,259,423,000,000.00	0.2485
6	INDF	2016	2,532,747,000,000.00	7,385,228,000,000.00	0.3429
		2017	2,497,558,000,000.00	7,594,822,000,000.00	0.3289
		2018	2,485,115,000,000.00	7,446,966,000,000.00	0.3337
		2019	2,846,668,000,000.00	8,749,397,000,000.00	0.3254
7	INTP	2016	275,313,000,000.00	4,145,632,000,000.00	0.0664
		2017	427,456,000,000.00	2,287,274,000,000.00	0.1869
		2018	254,291,000,000.00	1,400,228,000,000.00	0.1816
		2019	439,122,000,000.00	2,274,427,000,000.00	0.1931
8	JPFA	2016	594,983,000,000.00	2,766,591,000,000.00	0.2151
		2017	666,950,000,000.00	1,710,054,000,000.00	0.3900
		2018	836,638,000,000.00	3,089,839,000,000.00	0.2708
		2019	688,851,000,000.00	2,572,708,000,000.00	0.2678
9	KBLI	2016	51,790,904,893.00	386,129,743,485.00	0.1341
		2017	69,910,827,751.00	428,884,879,225.00	0.1630

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	PAJAK		
			BEBAN PAJAK PENGHASILAN	LABA SEBELUM PAJAK	ETR
		2018	73,326,145,035.00	308,977,208,238.00	0.2373
		2019	104,129,916,704.00	499,080,077,892.00	0.2086
10	KLBF	2016	740,303,528,679.00	3,091,188,460,230.00	0.2395
		2017	787,935,315,388.00	3,241,186,725,992.00	0.2431
		2018	809,137,704,264.00	3,306,399,669,021.00	0.2447
		2019	865,015,000,888.00	3,402,616,824,533.00	0.2542
11	MAIN	2016	11,385,465,000.00	301,615,942,000.00	0.0377
		2017	1,377,044,000.00	44,321,039,000.00	0.0311
		2018	113,940,244,000.00	398,187,122,000.00	0.2861
		2019	96,351,729,000.00	248,776,840,000.00	0.3873
12	MLBI	2016	338,057,000,000.00	1,320,186,000,000.00	0.2561
		2017	457,953,000,000.00	1,780,020,000,000.00	0.2573
		2018	447,105,000,000.00	1,671,912,000,000.00	0.2674
		2019	420,553,000,000.00	1,626,612,000,000.00	0.2585
13	ROTI	2016	89,639,472,867.00	369,416,841,698.00	0.2427
		2017	50,783,313,391.00	186,147,334,530.00	0.2728
		2018	59,764,888,552.00	186,936,324,915.00	0.3197
		2019	110,580,263,193.00	347,098,820,613.00	0.3186
14	SKLT	2016	6,396,753,750.00	25,166,206,536.00	0.2542
		2017	4,791,040,000.00	27,370,565,356.00	0.1750
		2018	10,383,551,750.00	39,567,679,343.00	0.2624
		2019	14,364,651,250.00	56,782,206,578.00	0.2530
15	SMGR	2016	549,584,720,000.00	5,084,621,543,000.00	0.1081
		2017	603,887,067,000.00	2,253,893,318,000.00	0.2679
		2018	1,019,255,087,000.00	4,104,959,323,000.00	0.2483
		2019	824,542,000,000.00	3,195,775,000,000.00	0.2580
16	TCID	2016	59,416,261,296.00	221,475,857,643.00	0.2683
		2017	63,956,663,719.00	243,083,045,787.00	0.2631
		2018	61,576,511,908.00	234,625,954,664.00	0.2624
		2019	55,843,013,533.00	200,992,358,094.00	0.2778
17	TRIS	2016	22,734,275,933.00	47,947,291,257.00	0.4742
		2017	7,635,098,236.00	21,833,987,786.00	0.3497
		2018	11,201,622,830.00	56,044,065,654.00	0.1999
		2019	22,463,824,024.00	63,948,501,122.00	0.3513
18	UNVR	2016	2,181,213,000,000.00	8,571,885,000,000.00	0.2545
		2017	2,367,099,000,000.00	9,371,661,000,000.00	0.2526

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	PAJAK		
			BEBAN PAJAK PENGHASILAN	LABA SEBELUM PAJAK	ETR
		2018	3,076,319,000,000.00	12,185,764,000,000.00	0.2525
		2019	2,508,935,000,000.00	9,901,772,000,000.00	0.2534
19	VOKS	2016	64,297,950,713.00	224,343,824,106.00	0.2866
		2017	64,037,702,240.00	230,242,661,579.00	0.2781
		2018	36,521,210,266.00	141,989,954,853.00	0.2572
		2019	50,697,996,282.00	258,947,121,683.00	0.1958



Lampiran 4 Data Tunneling Incentive Perusahaan 2016-2019

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TUNNELING INCENTIVE		
			SAHAM YANG DIMILIKI OLEH PERUSAHAAN ASING	JUMLAH SAHAM YANG BEREDAR	HASIL
1	ARNA	2016	3,575,980,976.00	7,341,430,976.00	0.4871
		2017	2,801,939,374.00	7,341,430,976.00	0.3817
		2018	2,827,323,205.00	7,341,430,976.00	0.3851
		2019	2,794,562,834.00	7,341,430,976.00	0.3807
2	ASII	2016	37,278,383,922.00	40,483,553,140.00	0.9208
		2017	36,261,850,471.00	40,483,553,140.00	0.8957
		2018	35,851,489,690.00	40,483,553,140.00	0.8856
		2019	35,331,320,952.00	40,483,553,140.00	0.8727
3	CPIN	2016	5,874,573,089.00	16,398,000,000.00	0.3582
		2017	6,011,594,094.00	16,398,000,000.00	0.3666
		2018	6,069,580,161.00	16,398,000,000.00	0.3701
		2019	5,854,340,900.00	16,398,000,000.00	0.3570
4	DVLA	2016	1,037,800,912.00	1,120,000,000.00	0.9266
		2017	1,050,198,772.00	1,120,000,000.00	0.9377
		2018	1,043,680,172.00	1,120,000,000.00	0.9319
		2019	1,044,697,272.00	1,120,000,000.00	0.9328
5	HMSP	2016	4,120,000,000.00	11,631,807,690.00	0.3542
		2017	6,810,078,404.00	11,631,807,690.00	0.5855
		2018	5,540,230,722.00	11,631,807,690.00	0.4763
		2019	5,749,943,402.00	11,631,807,690.00	0.4943
6	INDF	2016	8,900,000,000.00	10,770,000,000.00	0.8264
		2017	7,314,095,274.50	8,780,426,500.00	0.8330
		2018	7,064,731,161.90	8,780,426,500.00	0.8046
		2019	7,249,120,118.00	8,780,426,500.00	0.8256
7	INTP	2016	3,410,795,470.00	3,681,231,699.00	0.9265
		2017	3,465,977,570.00	3,467,184,750.00	0.9997
		2018	3,399,962,516.00	3,401,148,296.00	0.9997
		2019	3,344,907,063.00	3,345,313,443.00	0.9999
8	JPFA	2016	8,467,178,526.00	16,572,738,337.00	0.5109
		2017	10,430,744,803.00	11,410,522,910.00	0.9141
		2018	7,277,486,425.00	10,774,512,132.00	0.6754
		2019	9,756,437,895.00	9,764,764,505.00	0.9991
9	KBLI	2016	2,123,935,800.00	3,349,000,000.00	0.6342

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TUNNELING INCENTIVE		
			SAHAM YANG DIMILIKI OLEH PERUSAHAAN ASING	JUMLAH SAHAM YANG BEREDAR	HASIL
		2017	1,177,826,408.00	4,007,235,107.00	0.2939
		2018	2,506,732,098.00	4,007,235,107.00	0.6256
		2019	2,487,862,223.00	2,531,189,443.00	0.9829
10	KLBF	2016	14,170,721,465.00	46,875,122,110.00	0.3023
		2017	13,630,865,138.00	46,875,122,110.00	0.2908
		2018	14,219,317,785.00	46,875,122,110.00	0.3033
		2019	11,514,360,114.00	46,875,122,100.00	0.2456
11	MAIN	2016	2,090,928,542.00	2,238,750,000.00	0.9340
		2017	2,098,608,204.00	2,238,750,000.00	0.9374
		2018	2,010,777,654.00	2,238,750,000.00	0.8982
		2019	1,283,758,282.00	2,238,750,000.00	0.5734
12	MLBI	2016	1,723,151,000.00	2,107,000,000.00	0.8178
		2017	2,007,311,820.00	2,107,000,000.00	0.9527
		2018	1,966,988,520.00	2,107,000,000.00	0.9335
		2019	1,963,118,320.00	2,107,000,000.00	0.9317
13	ROTI	2016	382,325,013,278.00	618,648,888,800.00	0.6180
		2017	279,582,032,191.00	618,648,888,800.00	0.4519
		2018	434,858,916,642.00	618,648,888,800.00	0.7029
		2019	419,358,349,236.00	618,648,888,800.00	0.6779
14	SKLT	2016	407,626,650.00	690,740,500.00	0.5901
		2017	407,626,650.00	690,740,500.00	0.5901
		2018	407,626,650.00	690,740,500.00	0.5901
		2019	407,626,650.00	690,740,500.00	0.5901
15	SMGR	2016	2,240,164,822.00	2,906,114,000.00	0.7708
		2017	2,227,346,121.00	5,931,520,000.00	0.3755
		2018	2,198,280,335.00	5,931,520,000.00	0.3706
		2019	2,090,336,904.00	5,931,520,000.00	0.3524
16	TCID	2016	138,269,049.00	201,066,667.00	0.6877
		2017	138,269,049.00	201,066,667.00	0.6877
		2018	140,948,516.00	201,066,667.00	0.7010
		2019	140,948,516.00	201,066,667.00	0.7010
17	TRIS	2016	42,000,000,000.00	104,553,152,500.00	0.4017
		2017	32,596,036,252.00	104,758,780,200.00	0.3112
		2018	45,250,607,672.00	104,758,780,200.00	0.4320

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	TUNNELING INCENTIVE		
			SAHAM YANG DIMILIKI OLEH PERUSAHAAN ASING	JUMLAH SAHAM YANG BEREDAR	HASIL
		2019	56,251,000,000.00	314,144,380,600.00	0.1791
18	UNVR	2016	7,140,046,377.00	7,630,000,000.00	0.9358
		2017	7,155,747,362.00	7,630,000,000.00	0.9378
		2018	7,098,957,144.00	7,630,000,000.00	0.9304
		2019	7,630,000,000.00	7,630,000,000.00	1.0000
19	VOKS	2016	306,743,477.00	831,120,519.00	0.3691
		2017	1,250,000,000.00	4,155,602,595.00	0.3008
		2018	1,250,000,000.00	4,155,602,595.00	0.3008
		2019	1,250,000,000.00	4,155,602,595.00	0.3008

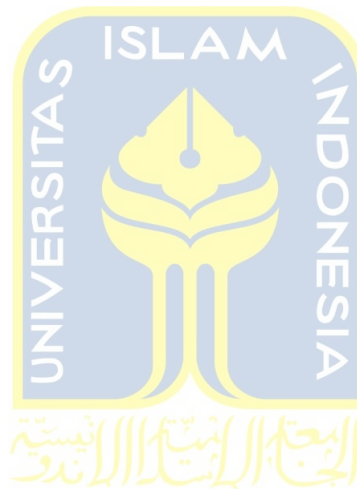


Lampiran 5 Data Ukuran Perusahaan Periode 2016-2019

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	UKURAN PERUSAHAAN	
			TOTAL ASSETS	SIZE
1	ARNA	2016	1,543,216,299,146.00	28.0649
		2017	1,601,346,561,573.00	28.1019
		2018	1,652,905,985,730.00	28.1336
		2019	1,799,137,069,343.00	28.2183
2	ASII	2016	261,855,000,000,000.00	33.1988
		2017	295,830,000,000,000.00	33.3208
		2018	344,711,000,000,000.00	33.4737
		2019	351,958,000,000,000.00	33.4945
3	CPIN	2016	24,204,994,000,000.00	30.8176
		2017	24,532,331,000,000.00	30.8310
		2018	27,645,118,000,000.00	30.9505
		2019	29,353,041,000,000.00	31.0104
4	DVLA	2016	1,531,365,558,000.00	28.0572
		2017	1,640,886,147,000.00	28.1263
		2018	1,682,821,739,000.00	28.1515
		2019	1,829,960,714,000.00	28.2353
5	HMSP	2016	42,508,277,000,000.00	31.3807
		2017	43,141,063,000,000.00	31.3955
		2018	46,602,420,000,000.00	31.4727
		2019	50,902,806,000,000.00	31.5609
6	INDF	2016	82,174,515,000,000.00	32.0399
		2017	88,400,877,000,000.00	32.1129
		2018	96,537,796,000,000.00	32.2010
		2019	96,198,559,000,000.00	32.1974
7	INTP	2016	30,150,580,000,000.00	31.0372
		2017	28,863,676,000,000.00	30.9936
		2018	27,788,562,000,000.00	30.9556
		2019	27,707,749,000,000.00	30.9527
8	JPFA	2016	19,251,026,000,000.00	30.5886
		2017	19,959,548,000,000.00	30.6247
		2018	23,038,028,000,000.00	30.7682
		2019	25,185,009,000,000.00	30.8573
9	KBLI	2016	1,871,422,416,044.00	28.2577
		2017	3,013,760,616,985.00	28.7342
		2018	3,244,821,647,076.00	28.8081

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	UKURAN PERUSAHAAN	
			TOTAL ASSETS	SIZE
		2019	3,556,474,711,037.00	28.8998
10	KLBF	2016	15,226,009,210,657.00	30.3540
		2017	16,616,239,416,335.00	30.4414
		2018	18,146,206,145,369.00	30.5295
		2019	20,264,726,862,584.00	30.6399
				2016
11	MAIN	2017	4,008,635,719,000.00	29.0195
		2018	4,335,844,455,000.00	29.0979
		2019	4,648,577,041,000.00	29.1676
				2016
12	MLBI	2017	2,510,078,000,000.00	28.5513
		2018	2,889,501,000,000.00	28.6921
		2019	2,896,950,000,000.00	28.6947
				2016
13	ROTI	2017	4,559,573,709,411.00	29.1483
		2018	4,393,810,380,883.00	29.1112
		2019	4,682,083,844,951.00	29.1748
				2016
14	SKLT	2017	636,284,210,210.00	27.1789
		2018	747,293,725,435.00	27.3397
		2019	790,845,543,826.00	27.3964
				2016
15	SMGR	2017	49,068,650,213,000.00	31.5242
		2018	50,783,836,000,000.00	31.5586
		2019	79,807,067,000,000.00	32.0106
				2016
16	TCID	2017	2,361,807,189,430.00	28.4904
		2018	2,445,143,511,801.00	28.5251
		2019	2,551,192,620,939.00	28.5676
				2016
17	TRIS	2017	544,968,319,987.00	27.0240
		2018	1,157,884,379,902.00	27.7776
		2019	1,147,246,311,331.00	27.7684
				2016
18	UNVR	2017	18,906,413,000,000.00	30.5705
		2018	19,522,970,000,000.00	30.6026
		2019	20,649,371,000,000.00	30.6587

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	UKURAN PERUSAHAAN	
			TOTAL ASSETS	SIZE
19	VOKS	2016	1,668,210,094,478.00	28.1428
		2017	2,110,166,496,595.00	28.3778
		2018	2,485,382,578,010.00	28.5414
		2019	3,027,942,155,357.00	28.7389



LAMPIRAN HASIL OLAH DATA

Lampiran 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transfer_Pricing	50	.001	.127	.04472	.032420
Pajak	50	.163	.291	.24133	.032294
Tunneling_Incentive	50	.246	1.000	.67432	.264216
Ukuran_Perusahaan	50	27.066	33.495	29.77016	1.700790
Valid N (listwise)	50				

Lampiran 7 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.02976183
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.053
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.226	.100		-2.252	.029		
	Pajak	.365	.146	.364	2.501	.016	.866	1.155
	Tunneling_Incentive	.006	.017	.046	.335	.739	.979	1.021
	Ukuran_Perusahaan	.006	.003	.314	2.154	.037	.860	1.163
a. Dependent Variable: Transfer_Pricing								

Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.075	.058		1.296	.202
	Pajak	-.122	.084	-.222	-1.453	.153
	Tunneling_Incentive	.012	.010	.178	1.238	.222
	Ukuran_Perusahaan	-.001	.002	-.095	-.620	.538
a. Dependent Variable: RES2						

Lampiran 10 Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.00554
Cases < Test Value	25
Cases >= Test Value	25
Total Cases	50
Number of Runs	20
Z	-1.715
Asymp. Sig. (2-tailed)	.086
a. Median	

Lampiran 11 Hasil Analisis Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.226	.100		-2.252	.029
	Pajak	.365	.146	.364	2.501	.016
	Tunneling_Incentive	.006	.017	.046	.335	.739
	Ukuran_Perusahaan	.006	.003	.314	2.154	.037
a. Dependent Variable: Transfer_Pricing						

Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 ^a	.157	.102	.030717
a. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Tunneling_Incentive, Pajak				
b. Dependent Variable: Transfer_Pricing				