

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemungutan pajak di Indonesia saat ini menunjukkan bahwa penerimaan dari sektor pajak sangat besar. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa 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. Pajak memiliki manfaat sebagai sumber dana bagi pemerintah dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara (fungsi budgetair) dan sebagai alat untuk mengatur melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi (fungsi regulator). Optimalisasi pemungutan pajak di Indonesia masih banyak mengalami kendala yang menyebabkan pemerintah selalu menaikkan target penerimaan dari sektor perpajakan.

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer pricing* biasanya dilakukan oleh perusahaan multinasional, perusahaan multinasional tersebut melihat bahwa bisnis skala global memberikan kesempatan besar untuk berkembang dan juga memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada perusahaan yang hanya beroperasi pada skala domestik. Dalam perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi internasional antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Astuti, 2008 dalam Thesa, 2015). Beberapa transaksi melibatkan afiliasi yang berada pada dua yurisdiksi berbeda. Perbedaan yurisdiksi dapat menimbulkan masalah, salah satunya adalah masalah tarif pajak yang berbeda setiap negara. Hal itu memicu perusahaan multinasional untuk memperkecil maupun menghindari pajak tinggi juga pajak berganda.

Selain alasan pajak, praktik *transfer pricing* pun dapat dipengaruhi oleh alasan non pajak seperti kepemilikan asing dan ukuran perusahaan. Perusahaan di Asia kebanyakan memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi (Dynaty dkk, 2011 dalam Kiswanto, 2014). Pemegang saham pengendali dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, pemerintah, maupun pihak asing. Pada saat kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar, pemegang saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam menentukan keputusan dalam perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing* (Sari, 2018).

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmadji dan Sularto, 2007 dalam Rahardian 2014). Karena perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan mendapat perhatian luas dari kalangan masyarakat dan pemerintah salah satunya dalam bentuk pengenaan pajak yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah hal ini yang menyebabkan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki beban pajak yang lebih tinggi dan hal ini merupakan faktor pendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing aggressiveness* pada pergeseran laba (Davies et al., 2014). Transaksi *transfer pricing aggressiveness* dilakukan oleh perusahaan dengan cara menggeser laba mereka ke cabang perusahaan multinasional atau pada negara yang berbeda (Beer & Loeprick, 2015).

Mekanisme bonus (*bonus plan*) pada perusahaan juga merupakan hal lain mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* karena mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya lebih tinggi. Sesuai dengan *bonus plan hypothesis*, manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai untuk menggunakan metode akuntansi yang menaikkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang bonus yang akan diterima. Bonus menurut Purwanti (2010) Tantiem / bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS (Rapat

Umum Pemegang Saham) kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merencanakan laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima (Hartati, 2014). Merujuk pada penelitian Lo *et al.*, (2010) dari Amerika, yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima. Oleh karena itu dalam tugas akhir ini variabel *bonus plan* akan diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih. Menurut (Irpan 2010 dalam Hartati 2014), Indeks trend laba bersih (ITRENDLB) dihitung berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun $t-1$.

Debt covenant adalah kontrak yang ditujukan pada peminjam oleh kreditor untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Cochran, 2001 dalam Verawaty, 2011). *Debt covenant* juga mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* karena makin tinggi rasio hutang atau ekuitas makin dekat perusahaan dengan batas perjanjian atau peraturan kredit (Kalay, 1982). Makin tinggi batasan kredit makin besar kemungkinan penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya. Sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Untuk mengidentifikasi *debt covenant* dalam tugas akhir ini dengan menggunakan proksi dari tingkat leverage. Menurut Fahmi (2014) rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. Ada beberapa jenis rasio leverage diantaranya *debt to assets ratio* (DAR), *debt to capital ratio* (DCR), *debt to EBITDA ratio* (EBITDA), *debt to equity ratio* (DER). Rasio leverage yang digunakan dalam tugas akhir ini untuk menunjukkan *debt covenant* perusahaan adalah DER (*debt to equity ratio*).

Pajak Menurut Undang-Undang Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan 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”. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran wajib (dapat dipaksakan) yang dibayar berdasarkan undang-undang, tanpa jasa imbal secara langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran–pengeluaran Pemerintah demi kemakmuran rakyat.

Pajak merupakan faktor lain yang mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing* karena beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi *cost* perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan pajak adalah *transfer pricing*. Pajak dalam tugas akhir ini diprosikan dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih et al., 2012).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menyelesaikan tugas akhir tentang pengaruh Profitabilitas, Mekanisme bonus, *Debt covenant*, dan Pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Pemilihan perusahaan manufaktur karena perusahaan ini memiliki potensi tinggi dalam melakukan *transfer pricing* selain itu penanaman modal asing (PMA) dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri (Gunandi dalam Pramana, 2014), dengan menggunakan tahun 2016-2019 dengan alasan data pada tahun tersebut masih merupakan data terbaru dan penerimaan pajak pada tahun tersebut besar dibandingkan tahun sebelumnya dan meningkat secara signifikan pada tahun selanjutnya, tidak menggunakan data pada tahun 2020 karena dapat diketahui pada tahun tersebut

terjadi krisis global disebabkan adanya pandemi covid 19 sehingga penerimaan pajak menurun secara signifikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada tugas akhir ini adalah:

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ?
- b. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ?
- c. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ?
- d. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tugas akhir ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- b. Mengetahui apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- c. Mengetahui apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- d. Mengetahui apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

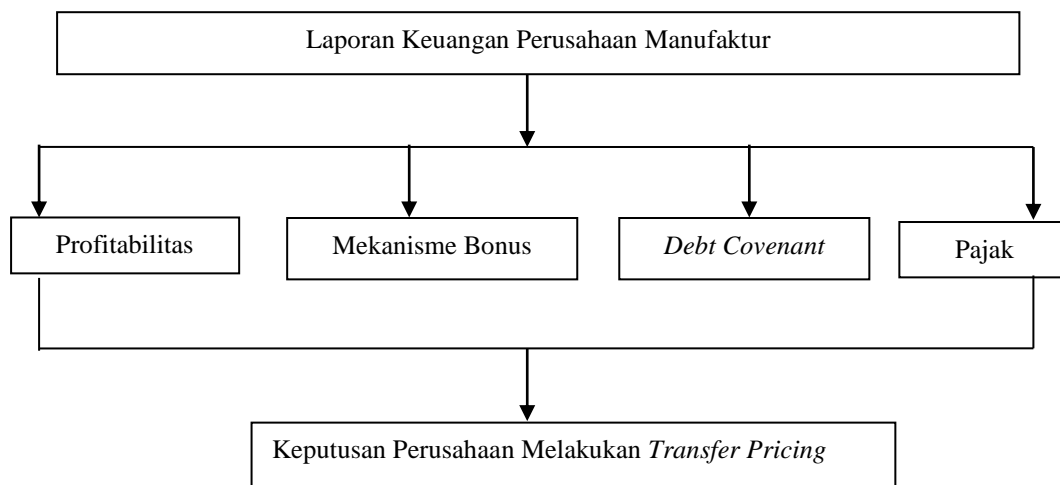
Manfaat dari tugas akhir ini adalah:

- a. Terhadap perusahaan
Tugas akhir ini diharapkan memberikan masukan kepada manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

- b. Terhadap pembaca
Menambah referensi untuk penulis selanjutnya, sebagai media informasi dan pembelajaran.
- c. Terhadap penulis
Menambah pengetahuan dengan memberikan gambaran faktor–faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hipotesis yang ada tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, bonus, *debt covenant* dan pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, maka kerangka pemikiran dalam tugas akhir ini adalah:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan untuk mendukung penelitian yang ada sebagai landasan dalam tugas akhir ini.

2.1.1 *Transfer Pricing*

Pengertian dari transaksi *transfer pricing* dapat digolongkan menjadi 2, yaitu sisi netral dan sisi pejoratif (Mispiyanti, 2015). Dari sisi netral, *transfer pricing* diartikan sebagai strategi, taktik, dan motif yang digunakan untuk mengurangi beban pajak. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atau transaksi barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam konteks praktik penghindaran pajak diketahui bahwa modus *transfer pricing* adalah merekayasa pembebanan harga transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan tujuan meminimalkan beban pajak atas grup perusahaan secara keseluruhan (Rahayu, 2010). *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa. Sedangkan dari sisi *pejoratif*, *transfer pricing* diartikan sebagai suatu upaya dalam menghemat atau meminimalkan beban pajak dengan cara mengalokasikan laba perusahaan di suatu negara ke perusahaan relasi yang berada di negara lain dengan tarif pajak lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan seminimal mungkin.

Menurut Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 tahun 2011 *Transfer pricing* adalah penentuan harga dari transaksi pengalihan barang berwujud dan tidak berwujud maupun jasa yang dapat ditransfer dari satu divisi ke divisi yang lain dalam satu lingkup perusahaan atau dengan perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut Suryana (2012), *transfer pricing* adalah transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan cara menaikkan atau menurunkan harga pada harga yang tidak wajar yang biasanya dilakukan oleh

perusahaan multinasional. Astuti (2008), menyatakan bahwa *transfer pricing* merupakan pengalihan harga atas harga jual barang, jasa, maupun harta tidak berwujud dari satu perusahaan ke perusahaan relasinya yang berlokasi di berbagai negara.

Menurut Suandy (2011), kebijakan dalam menetapkan *transfer pricing* dipilih oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan secara global, mengamankan posisi kompetitif anak atau cabang perusahaan di mancanegara, menghindari pengendalian devisa, mengontrol kredibilitas asosiasi, mengurangi risiko moneter, mengatur arus kas anak atau cabang perusahaan yang memadai, membina hubungan yang baik dengan administrasi setempat, mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, serta mengurangi risiko pengambilalihan oleh pemerintah.

Penetapan *transfer pricing* atau harga transfer dapat berjalan efektif jika didukung oleh faktor-faktor sebagai berikut: (1) pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam kesuksesan organisasi baik pelanggan, karyawan, pemasok, dan lain-lain; (2) suasana baik yang mendukung dalam penetapan harga transfer yang adil; (3) produk yang akan ditransfer memiliki harga pasar di luar perusahaan; (4) adanya kebebasan dalam menentukan sumber perolehan barang ataupun jasa; (5) pihak-pihak yang berkepentingan memiliki informasi yang detail dalam pengambilan keputusan mengenai biaya dan pendapatan; (6) unit bisnis atau divisi memiliki proses negosiasi (Sumarsan, 2013). Sumarsan menjelaskan, bahwa penentuan *transfer pricing* atau harga transfer yang wajar dapat dilakukan dengan menggunakan tiga metode sebagai berikut (Sumarsan, 2013):

1. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar

Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar merupakan penentuan harga transfer yang paling wajar dan independen karena barang ataupun jasa yang ditransfer dinilai berdasarkan pada harga pasar yang berlaku. Kelemahan pada metode ini adalah jika produk yang ditransfer antara unit bisnis dalam satu lingkup perusahaan tidak dijual dalam pasar maka, penentuan harga transfer disesuaikan dengan harga pokok produksi yang telah dikeluarkan oleh unit bisnis.

2. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pokok

Penentuan harga transfer berdasarkan harga pokok merupakan penentuan harga transfer dimana terdapat biaya ditimbulkan oleh unit bisnis penjual dalam produksi barang ataupun jasa. Kelemahan pada metode ini adalah dapat menghasilkan keputusan yang buruk, pihak unit bisnis yang melakukan transfer cenderung menaikkan harga transfer dari harga pokok produksi produknya, dan lain-lain.

3. Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi

Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi merupakan penentuan harga transfer dimana terjadi kondisi tidak adanya ketersediaan harga produk di pasar sehingga perusahaan memberikan kebebasan kepada unit bisnis yang bersangkutan untuk melakukan negosiasi terhadap harga transfer yang diinginkan. Kelemahan pada metode ini adalah harga transfer tidak mudah untuk ditentukan karena posisinya pada situasi sulit yang dapat menimbulkan *conflict of interest* antara kedua belah pihak yang terlibat.

Dalam tugas akhir ini *Transfer pricing* diprosikan dengan menggunakan *Related Party Transaction* (RPT) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{RPT} = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

2.1.2 Profitabilitas

Secara umum profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aset atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Menurut Sartono (2010), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri.

Pajak Menurut UU Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan 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”. Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan

pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Dalam tugas akhir ini profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (Sartono 2010).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.3 Mekanisme Bonus

Mekanisme Bonus adalah kompensasi tambahan yang diberikan kepada karyawan atas pekerjaannya yang baik dan menguntungkan perusahaan. Bonus bisa digunakan sebagai penghargaan terhadap pencapaian tujuan-tujuan spesifik yang ditetapkan oleh perusahaan, atau untuk dedikasinya kepada perusahaan. Bonus dihitung dengan menggunakan variabel dummy, bonus dijelaskan pada laporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang melakukan rencana bonus diberi nilai 1 dan yang tidak diberi nilai 0.

2.1.4 *Debt covenant*

Debt covenant adalah kontrak yang ditujukan pada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Cochran, 2001). *Debt covenant* diproksikan dengan rasio hutang, dalam penelitian ini menggunakan rasio DER yaitu perbandingan antara total hutang dengan modal saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tidak tertagihnya suatu utang (Sunarto, 2001).

2.1.5 Pajak

Pajak Menurut Undang-Undang Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), yang dimaksud dengan 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”. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran wajib (dapat dipaksakan) yang dibayar berdasarkan undang – undang, tanpa jasa imbal secara langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran –pengeluaran Pemerintah demi kemakmuran rakyat.

Pajak dalam tugas akhir ini diproksikan dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan beban pajak dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih et al.,2012)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Untuk selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel peneliti/Proxy	Desain/Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	<i>The Effects of tax, bonus mechanism, firm size, foreign ownership, and tunneling incentive to transfer pricing</i> (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014) Peneliti : Refgia Thesa Tahun : 2017	Y : Transfer pricing X1 : pajak X2 :mekanisme bonus X3 : ukuran perusahaan X4 : kepemilikan asing X5 : tunneling incentive	Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014 yang berjumlah sebanyak 13 perusahaan. Sedangkan sampel penelitian dipilih dengan pendekatan purposive sampling, artinya sampel yang digunakan adalah sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mendapatkan sampel representative. Berdasarkan proses pemilihan sampel, dari 59 populasi yang tersedia, diperoleh 13 perusahaan yang diteliti selama empat periode, sehingga sampel yang dapat digunakan sebanyak 52 sampel. Kemudian, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear-berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan teknik pengumpulan data secara dokumentasi yang diakses	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan : 1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan pajak berpengaruh terhadap transfer pricing. Hal ini menunjukkan semakin rendah nilai <i>Effective Tax Rate</i> maka dianggap semakin baik nilai <i>Effective Tax Rate</i> disuatu perusahaan. 2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . Semakin besar toal aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. 4. Hasil pengujian hipotesis keempat menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . 5. Hasil pengujian hipotesis kelima menemukan bahwa

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			langsung melalui website BEI, www.idx.co.id.	<i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> .
2.	Dampak Effective Tax Rate (Etr), Tunneling Incentive (Tnc), Indeks Trend Laba Bersih (Itrendlb) Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Peneliti : Desi Alfiatus Sarifah, Diyah Probowulan, Astrid Maharani Tahun : 2019	X1 : Effective Tax Rate (Etr) X2 : Tunneling Incentive (Tnc) X3 : Indeks Trend Laba Bersih (Itrendlb) X4 : Exchange Rate	jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan dan laporan auditor independen masing-masing perusahaan publik periode tahun 2016-2018, sertadarta perusahaan yang diperoleh dari www.idx.co.id. Populasi pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria	Berdasarkan hasil yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa dari keempat hipotesis yang telah diuji hanya hipotesis ketiga yang ditolak.
3.	Pengaruh Profitabilitas, Inovasi Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Aggressiveness Peneliti : fahimatul ilmi , dewi prastiwi Tahun : 2020	X1 : Profitabilitas X2 : inovasi perusahaan X3 : ukuran perusahaan	Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data internal sekunder 2016:146). Data sekunder penelitian ini diperoleh pada laporan keuangan tahunan perusahaan dengan periode 2015-2017 dari sumber www.idx.co.id.	Berdasarkan data yang telah diperoleh dan diuji dengan metode analisis data regresi linier berganda menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi tidak memiliki kecenderungan melakukan <i>transfer pricing aggressiveness</i> karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memilih menaati peraturan perpajakan yang ada.
4	Pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan tunneling incentive pada indikasi melakukan transfer pricing Peneliti : gusti ayu rai surya saraswati, i ketut sujana	X1 : pajak X2 : mekanisme bonus X3 : tunneling incentive	Lokasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2012-2015. Data kuantitatif berupa data dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diubah menjadi angka yang didapat dari	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik simpulan dari penelitian ini yaitu variabel pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh positif pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Namun variabel mekanisme tidak menunjukkan adanya pengaruh

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Tahun : 2017		laporan tahunan perusahaan dan data kualitatif berupa list perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . Variabel pajak berpengaruh positif pada indikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
5.	<i>Transfer pricing practices: empirical evidence from manufacturing companies In indonesia</i> Peneliti : Batsyeba Sundari & Yugi Susanti Tahun : 2016	X1 : Tax X2 : Foreign Ownership X3 : Bonus Mechanism X4 : Debt Covenant (DER)	Objek penelitian ini adalah untuk menguji apakah pajak, kepemilikan asing, mekanisme bonus dan debt covenant mempengaruhi praktik <i>transfer pricing</i> . Unit penelitian tersebut adalah entitas manufaktur multinasional di bidang kimia dan industri dasar, berbagai industri dan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Unit analisis tersebut adalah laporan keuangan periode 2012-2014 yang telah diaudit.	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2012 hingga 2014, dapat disimpulkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan <i>transfer pricing</i>

2.3 Hipotesis

a. Pengaruh profitabilitas terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki beban pajak yang lebih tinggi dan hal ini merupakan faktor pendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing aggressiveness* pada pergeseran laba (Davies et al., 2014). Transaksi *transfer pricing aggressiveness* dilakukan oleh perusahaan dengan cara menggeser laba mereka ke cabang perusahaan multinasional atau pada negara yang berbeda (Beer & Loeprick, 2015). Hipotesis yang dirumuskan adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

b. Pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

Salah satu cara direksi untuk mendapatkan bonus yaitu dengan memaksimalkan laba. Bonus merupakan kompensasi tambahan atau

penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer (Refgia, 2017). Skema bonus direksi juga dapat diartikan sebagai pemberian imbalan di luar gaji pokok kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi itu sendiri. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (Irpan, 2010).

Lo *et al* (2010) menemukan bahwa manajer lebih menyukai untuk meningkatkan laporan laba dengan cara meningkatkan laba dari penjualan pihak terkait jika bonus didasarkan pada laporan laba perusahaan. Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan oleh pemilik kepada direksi. Oleh sebab itu, praktik *transfer pricing* dipilih oleh direksi untuk memaksimalkan laba perusahaan. mungkin menaikkan laba perusahaan secara keseluruhan dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hartati dkk (2014) membuktikan bahwa pemilik perusahaan akan mempertimbangkan pencapaian laba perusahaan yang dicapai secara keseluruhan untuk melakukan penilaian atas prestasi kinerja direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin menaikkan laba perusahaan secara keseluruhan dengan cara melakukan praktik transfer pricing. Hipotesis yang dirumuskan adalah:

H2: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

- c. Pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

Makin tinggi rasio hutang atau ekuitas makin dekat perusahaan dengan batas perjanjian atau peraturan kredit (Kalay, 1982). Makin tinggi batasan kredit makin besar kemungkinan penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya. Manajer akan memiliki metode akuntansi yang

dapat menaikkan laba sehingga dapat mengendurkan batasan kredit dan mengurangi biaya kesalahan teknis. Hipotesis yang dirumuskan adalah:

H3: *Debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

d. Pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

Berbagai penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan telah dilakukan. Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2010. Hasil penelitian menemukan adanya pengaruh positif pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional, dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi. Sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi.

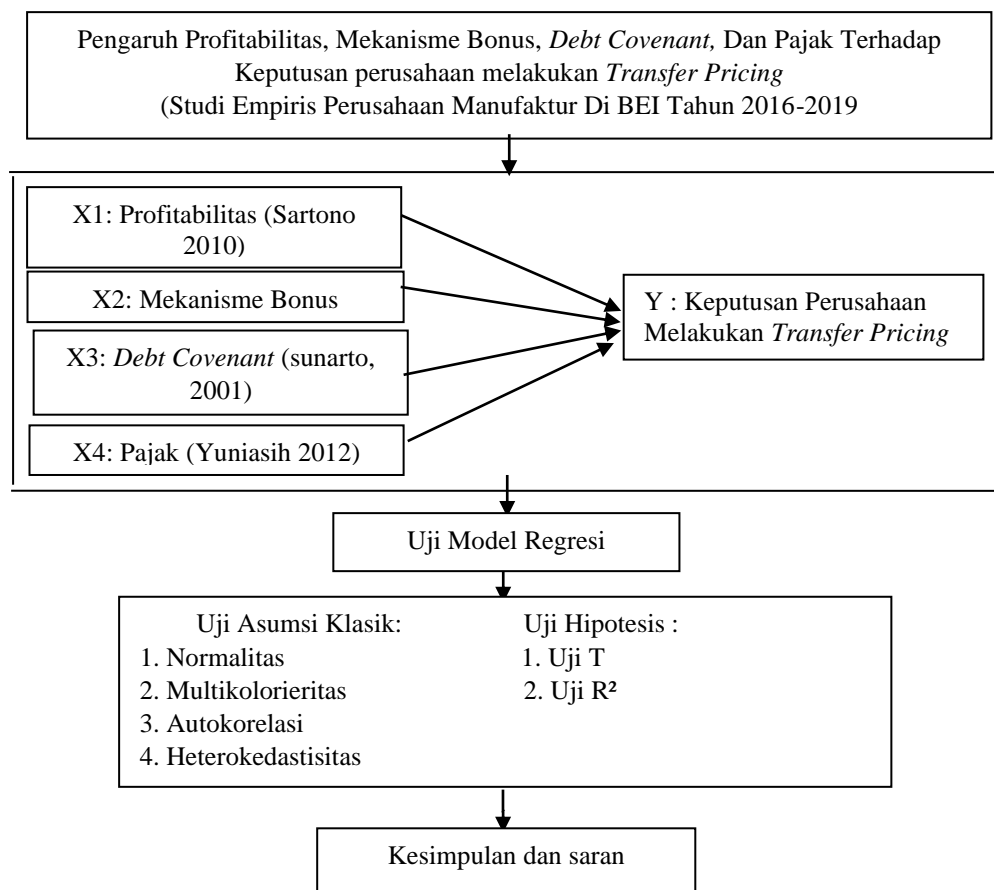
Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi *cost* perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan pajak adalah *transfer pricing*. Melalui *transfer pricing* ini perusahaan multinasional yang bersangkutan dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari anggota atau anak perusahaannya dinegara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi (*high tax country*) ke anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih rendah (*low tax country*). Apabila dalam suatu perusahaan terdapat pajak yang tinggi, maka tingkat kegiatan *transfer pricing* perusahaan tersebut ke anggota atau anak perusahaannya yang

menerapkan tarif pajak lebih rendah akan meningkat dan sebaliknya.
Hipotesis yang dirumuskan adalah:

H4: Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

2.4 Model Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang ada tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, mekanisme bonus, *debt covenant*, dan pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, maka model penelitian dalam tugas akhir ini adalah:



Gambar 2. Model Penelitian