

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN
EXCHANGE RATE TERHADAP *TRANSFER PRICING*
PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun
2013-2019)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh :
Lucky Apriliyana
NPM : 16.0102.0187

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

**PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DAN
EXCHANGE RATE TERHADAP TRANSFER PRICING
PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun
2013-2019)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh :
Lucky Apriliyana
NPM : 16.0102.0187

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN *EXCHANGE RATE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Lucky Apriliyana

NPM 16.0102.0187

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal ...14 Agustus 2020.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

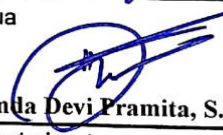

Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.
Pembimbing I

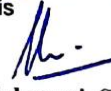
Pembimbing II

Tim Penguji


Dr. Barkah Susanto, S.E., M.Sc., Ak.

Ketua

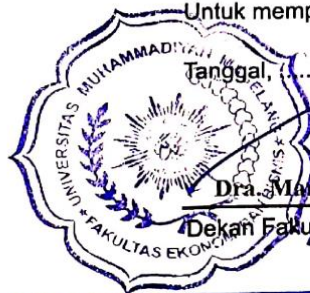

Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.
Sekretaris


Betari Maharani, S.E., M.Sc
Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal,

04 SEP 2020



Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lucky Apriliyana

NIM : 16.0102.0187

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN *EXCHANGE RATE*
TERHADAP *TRANSFER PRICING* PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 04 Agustus 2020

taan,

Lucky Apriliyana
NPM. 16.0102.0187

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lucky Apriliyana
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 14 April 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Permitan 07/02 Bondowoso, Mertoyudan,
Magelang
Alamat Email : luckyapriyana29@gmail.com

Pendidikan Formal

SD (2001-2007) : SD Negeri Permitan 2
SMP (2007-2010) : SMP Negeri 2 Mertoyudan
SMA (2010-2013) : SMK Negeri 2 Magelang
PT (2016-2020) : S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 04 Agustus 2020
Pembuat Pernyataan,



Lucky Apriliyana
NPM. 16.0102.0187

MOTTO

Cukup Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik
pelindung

(Qs.Al-Imran 73)

Barang siapa yang menempuh jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan
memudahkan baginya jalan ke Surga

(HR: Imam Muslim)

Mustahil adalah bagi mereka yang tidak pernah mencoba

(Jim Goodwin)

Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil yang diulang hari demi hari

(Anonim)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka mana kala kamu
telah selesai (dari urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan
yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Atas karunianya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019)”**.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Akuntansi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Marlina Kurnia, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Dr. Wawan Sadtyo Nugroho, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
3. Ibu Yulinda Devi Pramita, S.E., M. Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
5. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Muhammadiyah Magelang.
6. Kedua orang tua, Bapak Nuryadi dan Ibu Andri tercinta, yang selama ini selalu memberikan do'a, semangat, dukungan, serta kasih sayang.
7. Muhammad Choirul Fadni, yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk saya.
8. Teman-teman dan sahabat yang selalu berbagi semangat untuk menyelesaikan skripsi bersama-sama.
9. Teman-teman Akuntansi Paralel angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah bersama saya selama menjalankan perkuliahan dan yang selalu berbagi semangat untuk lulus kuliah bersama-sama.
10. Rekan-rekan KPP Pratama Magelang yang telah memberikan semangat dan ijin untuk saya melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhirnya penulis hanya dapat mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Magelang, 04 Agustus 2020
Pembuat Pernyataan,



Lucky Apriliyana
NPM. 16.0102.0187

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Telaah Teori.....	14
1. Teori <i>Agency</i>	14
2. <i>Transfer Pricing</i>	16
3. Pajak.....	16
4. <i>Tunneling Incentive</i>	17
5. <i>Exchange Rate</i>	18
B. Telaah Penelitian Terdahulu	19
C. Perumusan Hipotesis.....	23
1. Pengaruh Pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	23
2. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan ...	24
3. Pengaruh <i>Exchange Rate</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> Perusahaan	25
D. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Populasi dan Sampel	27
B. Data Penelitian.....	28
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	28
D. Alat Analisis Data	30

E. Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Sampel Penelitian.....	37
B. Statistik Deskriptif	38
C. Uji Asumsi Klasik.....	39
D. Analisis Regresi Linier Berganda	43
E. Uji Hipotesis	44
F. Pembahasan.....	48
1. Pengaruh Pajak terhadap Transfer Pricing	48
2. Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	49
3. Pengaruh <i>Exchange Rate</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	50
BAB V KESIMPULAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan.....	54
C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kegiatan Ekspor Manufaktur Tahun 2013-2019	4
Tabel 2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
Tabel 4.1 Metode Pengambilan Sampel	37
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.9 Hasil Uji F	45
Tabel 4.10 Hasil Uji t	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Penerimaan Uji F.....	35
Gambar 3.2 Penerimaan Uji t	36
Gambar 4.1 Nilai Kritis uji F Variabel Transfer Pricing	45
Gambar 4.2 Nilai Kritis Uji t Pengaruh Pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i>	46
Gambar 4.3 Nilai Kritis Uji t Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	47
Gambar 4.4 Nilai Kritis Uji t Pengaruh <i>Exchange Rate</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Populasi Perusahaan	59
Lampiran 2. Data Perusahaan Sampel	63
Lampiran 3. Data Tabulasi Pajak	64
Lampiran 4. Data Tabulasi Tunneling Incentive.....	67
Lampiran 5. Data Tabulasi Exchange Rate	70
Lampiran 6. Data Tabulasi Transfer Pricing.....	73
Lampiran 7. Data Tabulasi Keseluruhan.....	77
Lampiran 8. Hasil Output SPSS Uji Deskriptif	80
Lampiran 9. Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	80
Lampiran 10. Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi	80
Lampiran 11. Hasil Output SPSS Uji Multikolinieritas.....	81
Lampiran 12. Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	81
Lampiran 13. Hasil Output SPSS Koefisien Determinasi (R ²)	82
Lampiran 14. Hasil Output SPSS Uji F	82
Lampiran 15. Hasil Output SPSS Uji t	82
Lampiran 16. Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda	83

ABSTRAK

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN *EXCHANGE RATE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019)

Oleh :

Lucky Apriliyana

Transfer pricing merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama, atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* dalam penelitian ini dijelaskan dengan *Related Party Transaction* piutang terhadap pihak berelasi pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing* perusahaan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa data dari laporan tahunan, pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2019. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 sampai tahun 2019. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 17 perusahaan atau 119 sampel perusahaan.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* perusahaan.

Kata kunci : *Pajak, Tunneling Incentive, Exchange Rate, dan Transfer Pricing*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kondisi era globalisasi saat ini membawa dampak pada perkembangan di segala aspek, salah satunya pada bidang ekonomi dan bisnis. Globalisasi dapat mengurangi bahkan menghilangkan hambatan bagi sektor perekonomian untuk berkembang tanpa mengenal batas negara. Globalisasi juga membawa tantangan besar tersendiri di masa yang akan datang, dimana kompetitor akan semakin bermunculan di berbagai negara dengan beragam hasil produksi yang menarik dan kompetitif. Hal tersebut secara tidak langsung mendorong pesatnya perkembangan perusahaan berskala multinasional. Kegiatan operasional perusahaan multinasional ditandai dengan didirikannya anak-anak perusahaan, cabang perusahaan serta perwakilan usahanya diberbagai negara dengan tujuan untuk memperkuat aliansi strategis dan menumbuh kembangkan pangsa pasar ekspor maupun impor produk-produk perusahaan diberbagai negara (Hidayat et al., 2019).

Terbentuknya beberapa organisasi dan perjanjian kerjasama antar negara seperti AFTA (*ASEAN Free Trade Area*), WTO (*World Trade Organization*), dan AEC (*ASEAN Economic Community*) juga dinilai dapat memudahkan dan melancarkan jalannya transaksi perdagangan internasional. Keadaan tersebut membuat perusahaan berskala multinasional semakin banyak melaksanakan bisnis perdagangannya ke berbagai negara, untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melakukan hubungan istimewa melalui perusahaan

relasinya yang berada di setiap negara (Tania & Kurniawan, 2019). Di Indonesia, hubungan istimewa pada perusahaan atau *Wajib Pajak Badan* telah diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 pasal 18 ayat (4) yang menyatakan bahwa hubungan istimewa antara *Wajib Pajak Badan* dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, penguasaan melalui manajemen atau penggunaan teknologi, dan hubungan keluarga sedarah. Salah satu dasar penyusunan undang-undang tersebut dikarenakan untuk memberikan kepastian dan menghindari terjadinya kesalahan dalam rangka penentuan harga transaksi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Adanya hubungan istimewa pada perusahaan dalam negeri maupun luar negeri dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Secara universal, transaksi antar wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing* (Hidayat et al., 2019). *Transfer pricing* juga diartikan sebagai transaksi barang maupun jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, yaitu dengan menaikkan harga (*mark up*) atau menurunkan harga (*mark down*) dari harga pasar. Harga tidak wajar akibat hubungan istimewa dalam *transfer pricing* dapat terjadi pada harga penjualan, harga pembelian, alokasi biaya administrasi dan umum, pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham, dan pembayaran komisi, lesensi, waralaba, sewa, royalti, imbalan jasa manajemen, imbalan jasa teknik, maupun imbalan jasa lainnya (Putri, 2019).

Perusahaan multinasional yang telah mempunyai jaringan operasional di berbagai negara, menilai skema *transfer pricing* menjadi alternatif terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam bidang mengelola resiko dan biaya yang ditimbulkan dari ketidaksempurnaan struktur pasar di berbagai negara mitra kerjasamanya (Cecchini et al., 2013). Dalam literature akuntansi manajemen, *transfer pricing* melalui penjualan terhadap pihak afiliasi merupakan salah satu strategi perusahaan multinasional untuk menciptakan keunggulan yang bersaing dan bukan semata-mata bermotif oportunistik (Akhadya & Ariefiara, 2019).

Skema *transfer pricing* saat ini menjadi isu sensitif di Indonesia. *Transfer pricing* sering dikonotasikan negatif dalam dunia perekonomian Indonesia terutama dalam bidang perpajakan. *Transfer pricing* dinilai sebagai strategi perusahaan untuk memanipulasi laporan profit perusahaan, agar pembayaran pajak dan pembagian dividen yang seharusnya dibayarkan menjadi lebih rendah (Arief & Dewi, 2012). Aktivitas *transfer pricing* dilakukan dengan menentukan jumlah penghasilan yang didapat di masing-masing anak perusahaan, serta memperhatikan tarif pajak penghasilan di negara pengekspor maupun negara pengimpor. Melalui aktivitas tersebut perusahaan kemudian mengambil kesempatan dari celah aturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan skema *transfer pricing*, yaitu dengan memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada di negara tarif pajak rendah, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih sedikit

dan keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut semakin tinggi (F. et al., 2016).

Perusahaan manufaktur dinilai menjadi penopang dan penggerak bagi perekonomian Indonesia. Di Indonesia, sebagian besar perusahaan pada bidang manufaktur telah berskala multinasional. Selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik, perusahaan manufaktur juga memiliki pangsa internasional yang baik sehingga aktivitas ekspor yang dilakukan perusahaan manufaktur cenderung tinggi. Hal tersebut dibuktikan perusahaan manufaktur dengan menjadi kontributor terbesar bagi penerimaan negara pada sektor PDB (Produk Domestik Bruto). Lebih dari 20% pendapatan negara bersumber dari perusahaan manufaktur. Angka tersebut sebagian besar diperoleh dari pembayaran Pajak Penghasilan (PPh) maupun Pajak Pertambahan Nilai (PPn) dari perusahaan manufaktur (www.bps.go.id).

Aktivitas ekspor dari perusahaan manufaktur di Indonesia selama periode 2013-2019 antara lain seperti yang ditampilkan pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Data Kegiatan Ekspor Manufaktur Tahun 2013-2019

Tahun	Pendapatan Ekspor Manufaktur (dalam USD)	Presentase Kenaikan (dari tahun sebelumnya)
2013	125,00 M	7,09%
2014	119,75 M	-4,38%
2015	108,60 M	-10,27%
2016	110,50 M	1,72%
2017	125,02 M	11,61%
2018	130,74 M	4,38%
2019	135,11 M	3,23%

Sumber : ddtc.co (data diolah)

Dari data aktivitas ekspor perusahaan manufaktur selama tahun 2013-2019 tersebut dapat diketahui apabila besaran pendapatan ekspor yang diperoleh perusahaan manufaktur setiap tahunnya cenderung meningkat. Berdasarkan data tersebut seharusnya negara mendapatkan penerimaan yang cukup banyak dari pendapatan ekspor, meskipun tingkat pertumbuhan aktivitas ekspor yang dilakukan masih tergolong rendah. Akan tetapi beberapa perusahaan manufaktur mangkir membayar pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan dengan alasan mengalami kerugian. Bahkan sebagian besar perusahaan manufaktur mengajukan restitusi, yang mengakibatkan penerimaan negara mengalami penurunan (www.ortax.org). Disisi lain jumlah kasus penyelewengan beberapa perusahaan manufaktur di Indonesia melalui kegiatan *transfer pricing* selama kurun waktu 2013-2019 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2019 kasus *transfer pricing* perusahaan manufaktur naik 20% dari tahun sebelumnya. Akibatnya penerimaan negara dari sektor manufaktur mengalami kerugian dikarenakan hampir semua eksportir di Indonesia melakukan *transfer pricing*, sehingga kerugian negara mencapai 25% dari nilai ekspor untuk menghindari royalti yang dibayarkan ke negara republik Indonesia atau setara dengan RP. 100T. (www.ddtc.co).

Perusahaan multinasional dalam melakukan praktik *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. Perusahaan yang berkedudukan di wilayah Asia, kebanyakan memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi (Kiswanto & Purwaningsih, 2014). Perusahaan yang menerapkan kebijakan tersebut cenderung akan menguntungkan bagi pemegang saham mayoritas. Hal tersebut

dikarenakan pemegang saham mayoritas memiliki akses informasi yang lebih baik daripada pemegang saham minoritas, sehingga menimbulkan potensi pemegang saham mayoritas lebih dominan dalam mengelola perusahaan. Menurut Hartati dalam penelitian (Ayshinta et al., 2019), *tunneling incentive* merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan. Keadaan tersebut mengakibatkan adanya penyalahgunaan wewenang dalam perusahaan, dimana keuntungan yang diterima antara pihak pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas tidak sesuai dengan proporsi masing-masing. Pemegang saham minoritas cenderung memperoleh keuntungan yang lebih sedikit, tetapi menanggung biaya yang jumlahnya sama besar dengan pemegang saham mayoritas (Ayshinta et al., 2019).

Motif lain yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *exchange rate* (nilai tukar). Arus kas yang ada dalam perusahaan multinasional didominasi oleh beberapa mata uang asing dari berbagai negara relasinya yang akan berbeda nilai tukarnya terhadap nilai dolar seiring dengan berjalannya waktu. Saat nilai tukar mengalami fluktuasi secara terus menerus, maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap harga barang atau jasa yang akan diperdagangkan. Perusahaan menggunakan praktik *transfer pricing* dalam keadaan ini karena *transfer pricing* diharapkan dapat memberikan informasi yang tepat mengenai jumlah kas yang tersedia dalam perusahaan. Menurut Chen dalam penelitian (Akhadya & Arieftiara, 2019), *transfer pricing* juga cenderung

digunakan oleh perusahaan multinasional untuk memindahkan sejumlah keuntungan perusahaan ke negara dengan kurs mata uang yang menguat.

Penelitian variabel *transfer pricing* mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Aryani, 2016). Berdasarkan penelitian tersebut, dijelaskan bahwa *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional dilakukan melalui dua cara. Langkah pertama yaitu dengan melakukan pengalihan kuasa pertambangan kepada perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa, sehingga memungkinkan terjadinya *transfer pricing* yang pada akhirnya dapat menurunkan besar pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Sementara langkah kedua yang biasanya dilakukan yaitu melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa seperti antara perusahaan induk dan anak cabang perusahaan yang berada di luar negeri dengan harga yang besarnya disepakati di bawah rata-rata harga pasar. Kedua praktik tersebut akan menyebabkan pajak perusahaan yang berada dalam negeri menjadi lebih sedikit karena harga jual yang rendah, sementara perusahaan afiliasi yang membeli produk dengan harga murah tersebut menjual ke pasar sesuai dengan harga rata-rata yang berlaku.

Sementara penelitian lain yang dilakukan oleh (Akhadya & Arieftiara, 2019) menjelaskan pada umumnya literature akuntansi manajemen, keberadaan penjualan terhadap pihak afiliasi merupakan salah satu strategi perusahaan multinasional untuk menciptakan keunggulan yang bersaing dan bukan semata-mata bermotif oportunistik. Hal tersebut menjadikan munculnya suatu pertanyaan, apakah *transfer pricing* memberikan manfaat atau justru kerugian

pada perusahaan sebagai upaya menaikkan laba perusahaan pada periode berjalan. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan memilih faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* perusahaan diwakilkan dengan variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate*.

Sejalan dengan penelitian oleh (Suparno & Sawarjuwono, 2019), penelitian mengenai variabel pajak dan *tunneling incentive* dilakukan oleh (Hidayat et al., 2019) yang menyatakan adanya tidak berpengaruh signifikan dari pajak terhadap *transfer pricing* perusahaan dan pengaruh positif signifikan dari *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* perusahaan. Sementara penelitian dari (Akhadya & Ariefiara, 2019) menyatakan bahwa pajak dan *tunneling incentive* sama-sama memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan. Penelitian mengenai variabel *exchange rate* yang dilakukan (Sarifah et al., 2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari *exchange rate* terhadap *transfer pricing* perusahaan, sedangkan menurut (Marfuah & Azizah, 2014) *exchange rate* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena adanya sejumlah faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* sebagai upaya menaikkan laba perusahaan pada periode berjalan. Penelitian ini mengacu pada penelitian (Hidayat et al., 2019), dengan beberapa perbedaan. **Pertama**, sampel penelitian. Peneliti menggunakan sampel perusahaan manufaktur karena pada dasarnya kegiatan operasional perusahaan manufaktur mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi atau barang

jadi. Kegiatan tersebut menjadikan perusahaan manufaktur cenderung menjadi perusahaan divisionalisasi. Sebagian perusahaan manufaktur juga telah berskala multinasional, dikarenakan hasil produksi manufaktur sering digunakan untuk kegiatan ekspor. Keadaan tersebut membuat perusahaan manufaktur lebih dihadapkan pada transaksi perdagangan lintas negara yang memiliki landasan yurisdiksi berbeda-beda. Hal tersebut menjadikan sektor manufaktur lebih rentan melakukan kegiatan *transfer pricing*.

Kedua, rentang waktu penelitian. Peneliti memperbaharui rentang waktu penelitian dengan waktu pelaporan yang terbaru, yaitu tahun 2013-2019. Alasannya yaitu selama kurun waktu 2013-2019 dugaan kasus penyelewengan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur semakin meningkat. Hampir 60% *Wajib Pajak Badan* dari sektor manufaktur melakukan aktivitas *transfer pricing*. Dari nilai presentase tersebut negara diperkirakan mengalami kerugian sebesar 25% dari total pendapatan yang seharusnya diterima pada sektor manufaktur.

Ketiga, menambahkan variabel independen *exchange rate*. Alasannya yaitu kebanyakan perusahaan manufaktur bersifat multinasional, dimana transaksi yang dilakukan mencakup berbagai negara. Masing-masing negara memiliki kemampuan nilai tukar mata uang terhadap dolar yang berbeda-beda, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Keadaan tersebut menjadikan *exchange rate* sering kali digunakan oleh perusahaan manufaktur, sebagai salah satu upaya penyelewengan *transfer pricing* dengan memindahkan sejumlah keuntungan perusahaan ke negara dengan kurs mata uang yang menguat.

Penelitian ini juga terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu. **Pertama**, variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama. Variabel dependen yang digunakan yaitu *transfer pricing* perusahaan serta variabel independennya yaitu pajak dan *tunneling incentive*. **Kedua**, persamaan dari penelitian sebelumnya yaitu data penelitian berupa data sekunder untuk pengambilan sampel perusahaan. **Ketiga**, persamaan dalam penggunaan metode analisis yaitu regresi linier berganda dengan uji statistic berupa uji F, uji t dan koefisien. Berdasarkan uraian tersebut peneliti mengambil judul penelitian yaitu “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan?
2. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan?
3. Apakah *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini meliputi:

1. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan.

2. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan.
3. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif, meliputi kontribusi secara:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur di bidang ilmu akuntansi perpajakan yaitu terkait pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* atas pengaruhnya pada *Transfer Pricing* perusahaan pada perusahaan manufaktur Periode Tahun 2013-2019.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

a. Aparatur Pajak

Membantu dalam rangka mengamankan penerimaan pajak negara, dengan mempertimbangkan informasi yang andal terkait *Transfer Pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2019.

b. Pemerintahan

Membantu dalam menjaga kestabilan hubungan antara pihak pemerintah dengan pihak perusahaan, dengan memperhatikan faktor-faktor terkait *Transfer Pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2019, agar praktik *transfer pricing* yang tidak sesuai koridor peraturan dapat diminimalisir.

c. Manajemen

Membantu pihak manajemen untuk lebih memperhatikan kegiatan perusahaannya terkait dengan *Transfer Pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2019, agar kedepannya tidak menimbulkan *transfer pricing* yang merugikan penerimaan negara.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri atas 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi alasan memilih judul penelitian berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Berisi teori sebagai dasar untuk menganalisa pokok-pokok masalah dalam penelitian berupa telaah teori, hasil penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi gambaran dan tahapan penelitian yang menjelaskan tentang populasi, sampel, metode pengambilan sampel, definisi operasional, pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil analisis data dan pembahasan tentang statistik deskriptif, uji regresi logistik dan pengujian hipotesis.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penyusunan skripsi yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Teori

1. Teori *Agency*

Teori *agency* atau teori keagenan pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori *agency* atau teori keagenan adalah suatu hubungan yang berdasarkan pada kontrak yang terjadi antar anggota perusahaan, yakni antara *principal* (pemilik) dan *agent* (agen) sebagai pelaku utama (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan keagenan muncul ketika satu atau lebih *principal* memberikan mandat kepada *agent* untuk menjalankan perusahaan serta mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. Hubungan antara *principal* dan *agent* dalam perusahaan diwujudkan dalam hubungan antara pemegang saham dan manajer. Pemegang saham berperan sebagai *principal*, sedangkan manajer sebagai *agent* (Jensen & Meckling, 1976).

Salah satu asumsi utama dari teori keagenan yaitu perbedaan dari tujuan *principal* dan tujuan *agent* yang dapat memunculkan konflik. Permasalahan yang muncul sebagai akibat sistem kepemilikan perusahaan seperti ini yaitu *agent* tidak selalu membuat keputusan-keputusan yang bertujuan untuk memenuhi kepentingan terbaik bagi *principal*. Hal ini dapat mengakibatkan kecenderungan manajer untuk memfokuskan pada proyek dan investasi perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi dalam jangka pendek, daripada untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui

investasi di beberapa proyek yang dapat menguntungkan jangka panjang (Jensen & Meckling, 1976).

Teori keagenan menyatakan bahwa prinsipal maupun agent akan termotivasi oleh kepentingan diri sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kegunaan subjektif masing-masing. Agent berjuang untuk memaksimalkan pembayaran kontraknya yang bergantung pada suatu tingkat usaha tertentu yang dibutuhkan, sementara principal berjuang untuk memaksimalkan pengembalian atas penggunaan sumber dayanya pada pembayaran yang terutang kepada agent. Konflik kepentingan ini diasumsikan akan dibawa kedalam keadaan ekuilibrium kontrak kesepakatan, yaitu kontrak yang mengikat pihak-pihak yang terlibat untuk setuju atas serangkaian perilaku yang kooperatif, mengingat adanya beberapa motif yang mendahulukan kepentingan pribadi (Ayshinta et al., 2019).

(Eisenhardt, 1989) menyatakan bahwa pada dasarnya teori keagenan menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu :

- a. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*).
- b. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*).
- c. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).

Praktek transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur merupakan salah satu bentuk dari konflik yang ditimbulkan dari adanya hubungan keagenan antara pemerintah Indonesia sebagai principal, dan juga perusahaan sebagai *agent*. Perusahaan manufaktur yang sudah berskala

multinasional, cenderung mengalihkan sebagian labanya ke sejumlah negara anak perusahaannya dengan tujuan untuk memaksimalkan laba yang diperolehnya. Meskipun pemerintah memperbolehkan perusahaan untuk manajemen laba perusahaannya, tetapi masih kerap terjadi penyelewengan melalui *transfer pricing* perusahaan. Sementara disisi lain pemerintah juga cenderung untuk memperoleh penerimaan negara dari sektor manufaktur. Baik principal maupun agent keduanya lebih cenderung untuk mendapatkan keuntungan masing-masing.

2. Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transaksi barang atau jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa. *Transfer pricing* sebenarnya memiliki istilah yang netral, namun sering kali *transfer pricing* dikonotasikan sebagai praktik penghindaran pajak yang dilakukan para pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa. Menurut (Marfuah & Azizah, 2014), *transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama, atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, divisi-divisi antar perusahaan lokal, atau divisi-divisi perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

3. Pajak

Menurut Undang-Undang Perpajakan No. 36 Tahun 2008, pajak yaitu kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh wajib pajak pribadi

maupun wajib pajak badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung serta digunakan untuk keperluan Negara dengan jumlah yang sebesar-besarnya yang bertujuan untuk kemakmuran rakyat. Kontribusi tersebut secara tidak langsung akan menjadi beban pajak bagi wajib pajak yang harus dibayar. Menurut (Ayu et al., 2017) perusahaan yang memperoleh laba tinggi dan berada di negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi akan melakukan pergeseran laba ke negara yang termasuk low tax countries. Hal tersebut cenderung dipengaruhi oleh transaksi afiliasi yang dilakukan perusahaan multinasional, sehingga perusahaan memanfaatkan celah dari perbedaan aturan perpajakan antarnegara untuk melakukan praktek transfer pricing dengan tujuan menurunkan jumlah beban pajak yang ditanggung.

4. Tunneling Incentive

Tunneling Incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan (Marfuah & Azizah, 2014). Munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, sehingga mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tindakan tunneling yang dapat merugikan pemegang saham minoritas. (Hidayat et al., 2019) menjelaskan jika dalam suatu perusahaan memiliki tingkat presentase kepemilikan asing yang tinggi maka semakin

besar juga pengaruh pemegang saham asing untuk menentukan keputusan dalam suatu perusahaan termasuk kebijakan menentukan harga transfer.

5. Exchange Rate

Menurut FASB, nilai tukar mata uang adalah rasio antara satu unit mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu. Perbedaan nilai tukar riil dengan nilai tukar nominal merupakan suatu hal yang penting untuk dipahami, karena keduanya mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap risiko exchange rate (Ayshinta et al., 2019). Biasanya perubahan pada nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang sama, sehingga perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap posisi persaingan antara perusahaan domestik dengan pesaing perusahaan luar negeri, serta tidak berpengaruh terhadap aliran kas perusahaan. Perubahan nilai tukar riil akan menyebabkan perubahan harga relatif, yaitu perubahan perbandingan antara harga barang domestik dengan harga barang luar negeri, yang mempengaruhi daya saing barang domestik.

Exchange rate memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (exchange rate) mata uang asing dengan memindahkan sejumlah dana ke negara yang mata uangnya menguat melalui transfer pricing untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Ketika terjadi fluktuasi nilai tukar, maka akan mempengaruhi harga produk atau jasa yang diperdagangkan. Jumlah kas yang dibutuhkan

untuk melakukan pembayaran juga tidak bisa dipastikan. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Sedangkan, arus kas perusahaan multinasional tercermin dalam beberapa mata uang, dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. Exchange rate yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik transfer pricing pada perusahaan multinasional.

B. Telaah Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	(Marfuah Azizah, 2014)	& Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan	a. Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing perusahaan. b. Tunneling incentive berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing c. Exchange rate berpengaruh positif tidak signifikan terhadap transfer pricing.
2	(F. et al., 2016)	Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek	a. Pajak berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). b. Tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). c. Good Corporate Governance tidak berpengaruh signifikan terhadap

		Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing)	indikasi melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3	(Ayu et al., 2017)	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing	a. Pajak berpengaruh terhadap indikasi melakukan transfer pricing. b. Tunneling incentive berpengaruh terhadap indikasi melakukan transfer pricing. c. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan transfer pricing.
4	(Cahyadi & Noviari, 2018)	Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing	a. Pajak berpengaruh positif pada keputusan melakukan transfer pricing. b. Exchange rate tidak berpengaruh pada keputusan melakukan transfer pricing. c. Exchange rate berpengaruh positif pada keputusan melakukan transfer pricing. d. Leverage berpengaruh positif pada keputusan melakukan transfer pricing.
5	(Akhadya & Ariefiara, 2019)	Pengaruh Pajak, Exchange Rate, dan Kepemilikan Asing terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing	a. Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. b. Exchange rate tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. c. Kepemilikan asing memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.
6	(Ayshinta et al., 2019)	Pengaruh Tunneling Incentive,	a. Tunneling incentive tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan

		Mekanisme Bonus, dan Exchange Rate terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing	manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. b. Mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. c. Exchange rate berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.
7	(Herawaty Anne, 2019)	& Pengaruh Tarif Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentives Terhadap Pergeseran Laba Dalam Melakukan Transfer Pricing Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi	a. Tarif pajak penghasilan tidak berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam praktik transfer pricing. b. Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap pergeseran laba dalam praktik transfer pricing. c. Tunneling incentive berpengaruh positif terhadap pergeseran laba dalam praktik transfer pricing.
8	(Hidayat et al., 2019)	Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan	a. Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2017. b. Tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa

			Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2017.
9	(Sarifah et al., 2019)	Dampak Effective Tax Rate (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan	a. Effective Tax Rate (ETR) berpengaruh pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. b. Tunneling Incentive (TNC) berpengaruh pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. c. Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) tidak berpengaruh pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. d. Exchange Rate berpengaruh pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.
10	(Tania & Kurniawan, 2019)	Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)	a. Pajak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. b. Tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. c. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017.
11	(Rahayu et al., 2020)	Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate, Tunneling	a. Beban pajak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

Incentive, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing	b. Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. c. Exchange rate tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. d. Tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. e. Leverage tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.
---	--

Sumber: data penelitian terdahulu, 2020

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan

Penelitian mengenai pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* perusahaan juga pernah dilakukan oleh (Akhadya & Arieftiara, 2019) dengan sampel perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2016. Hasil penelitian menemukan adanya pengaruh positif pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak perusahaan.

Salah satu asumsi utama dari teori keagenan yaitu perbedaan dari tujuan principal dan tujuan *agent* yang dapat memunculkan konflik. Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional pasti akan melakukan kegiatan operasional berupa ekspor dan impor, yang mana kedua kegiatan tersebut mengandung unsur beban pajak yang tinggi. Pemerintah berusaha untuk mengambil potensi penerimaan negara dari kegiatan ekspor impor perusahaan manufaktur. Sementara perusahaan kemudian akan memikirkan

strategi guna menekan beban pajak yang ditanggung, karena pajak merupakan pengurang laba perusahaan. Salah satu strategi yang biasanya dilakukan yaitu melalui *transfer pricing*. Perusahaan dengan pajak yang tinggi akan meningkatkan kegiatan *transfer pricing* perusahaan ke anggota atau anak perusahaannya yang menerapkan tarif pajak lebih rendah.

Berdasarkan rumusan tersebut, maka diperoleh hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H₁ : Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan.

2. Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing Perusahaan

Penelitian yang dilakukan Yuniasih dalam (Marfuah & Azizah, 2014) menemukan adanya pengaruh positif *tunneling incentive* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan. Salah satu bentuk dari *tunneling incentive* adalah peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa. Transaksi tersebut mencakup kontrak penjualan seperti *transfer pricing*. Adanya kegiatan *tunneling incentive* oleh pemegang saham pengendali tersebut menyebabkan tidak adanya pembayaran dividen, sehingga disini pemegang saham minoritas menjadi pihak yang kurang diuntungkan. Teori keagenan menyatakan bahwa prinsipal maupun *agent* akan termotivasi oleh kepentingan diri sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kegunaan subjektif masing-masing

Pemegang saham pengendali cenderung melakukan *tunneling incentive* untuk mengalihkan sementara asetnya ke anggota atau anak perusahaan dengan *transfer pricing*, agar dapat menekan beban-beban yang nantinya

dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan *tunneling incentive* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat. Terlebih lagi kondisi yang unik terjadi di negara Indonesia dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik cenderung berkonsentrasi, sehingga kemungkinan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling incentive* juga semakin tinggi.

Berdasarkan rumusan tersebut, maka diperoleh hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H₂ : *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan.

3. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan

Exchange rate memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing, serta pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi laba suatu perusahaan secara keseluruhan. Keadaan tersebut memicu perusahaan multinasional untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing, karena perusahaan multinasional didominasi oleh mata uang dari berbagai negara yang memiliki nilai tukar berbeda-beda pula. Strategi yang dilakukan perusahaan multinasional untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan memindahkan dana ke negara yang mata uangnya menguat melalui *transfer pricing*, untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan (Ayshinta et al., 2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh dari *exchange rate* terhadap *transfer pricing* perusahaan,

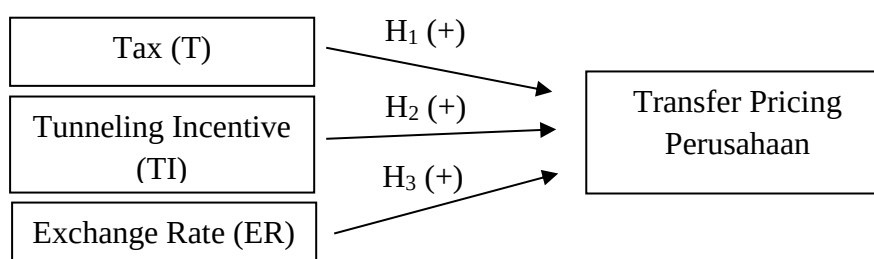
dengan sampel perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014-2017. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian (Sarifah et al., 2019) yang menyatakan *exchange rate* berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dengan sampel manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut dapat menggambarkan salah satu perwujudan dari asumsi sifat manusia dalam teori keagenan yang dinyatakan oleh (Eisenhardt, 1989), yaitu manusia cenderung memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang.

Berdasarkan rumusan tersebut, maka diperoleh hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H₃ : *Exchange Rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan.

D. Model Penelitian

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah entitas dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *nonprobability sampling*. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria pemilihan sampel perusahaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2019.
2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan di BEI selama tahun 2013-2019.
3. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode tahun 2013-2019.
4. Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang asing dalam pelaporannya.
5. Perusahaan manufaktur yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan sahamnya lebih dari 20% selama periode 2013-2019.
6. Perusahaan manufaktur yang melaporkan *Related Party Transaction (RPT)* atas piutang selama periode 2013-2019.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang mana dapat diperoleh melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan. Data diambil dari laporan tahunan yang diperoleh dari sumber www.idx.co.id, www.sahamok.com atau www.yahoo.finance.com.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan menghitung serta mencatat beban pajak, jumlah kepemilikan asing, dan laba perusahaan setelah kurs.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala
1	Variabel Dependen <i>Transfer Pricing</i>	Suatu kebijakan dari perusahaan dalam menentukan harga transaksi barang atau jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (Marfuah & Azizah, 2014).	Variabel <i>transfer pricing</i> diukur menggunakan proksi rasio nilai <i>Related Party Transaction/RPT</i> piutang atas total piutang perusahaan, yaitu transaksi yang dilakukan perusahaan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (Refgia et al., 2017). Pengukuran variabel transfer pricing diaproksikan dengan rumus : $RPT = \frac{\text{Piutang Pihak Relasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$	Rasio

Sumber : (Refgia et al., 2017)

2	Variabel Independen Pajak	Jumlah yang harus dibayarkan oleh perusahaan atas kegiatannya untuk mengumpulkan, menghasilkan dan memelihara suatu usaha didaerah pabean dalam suatu tahun (Hidayat et al., 2019).	Variabel pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan <i>effective tax rate</i> (ETR), yang merupakan sebuah presentasi besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan (Herawaty & Anne, 2019). Pengukuran variabel pajak diaproksikan dengan rumus : $ETR = \frac{\text{Beban Pajak} - \text{Pajak Tangguhan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ Sumber : (F. et al., 2016)	Rasio
3	Variabel Independen Tunneling Incentive	Perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, akan tetapi pemegang saham minoritas lainnya ikut menanggung biaya yang di bebaskan (Marfuah & Azizah, 2014).	Variabel <i>tunneling incentive</i> didasarkan pada besarnya kepemilikan asing yang melebihi 20%. Variabel <i>tunneling incentive</i> diaproksikan dengan perhitungan : $\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Asing}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$ Sumber : (Hidayat et al., 2019)	Rasio
4	Variabel Independen Exchange Rate	Exchange rate dinilai memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan secara keseluruhan (Ayshinta et al., 2019).	Variabel <i>exchange rate</i> diukur dari keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing. <i>Exchange rate</i> dihitung dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi penjualan (S, 2018). Variabel <i>exchange rate</i> diaproksikan dengan rumus : $\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba Rugi Setelah Kurs}}{\text{Laba Rugi Sebelum Pajak}}$ Sumber : (Cahyadi & Noviari, 2018)	Rasio

D. Alat Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Alat analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS meliputi analisis sebagai berikut :

1. Uji statistik deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang digunakan dalam penelitian. Data dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standart deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtois*, dan *swekness* (kemencengan distribusi). Analisis deskriptif menggambarkan data kuantitas yang diolah menjadi data secara kualitas, dan digunakan untuk mempermudah mengetahui ciri-ciri karakteristik suatu kelompok data dalam penelitian (Ghozali, 2018).

Variabel *transfer pricing* tidak termasuk dalam uji statistik deskriptif karena variabel tersebut memiliki skala nominal. Skala nominal merupakan salah satu skala pengukuran kelompok atau kategori (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji kelayakan suatu data sebelum melakukan pengujian data lebih lanjut dengan analisis regresi berganda suatu penelitian. Uji asumsi klasik meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen maupun variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika variabel tidak berdistribusi normal maka

hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Uji autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu, yang berkaitan satu sama lainnya. Hal ini disebabkan karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Untuk uji autokorelasi pada penelitian ini akan dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test), uji ini menilai adanya autokorelasi pada residual. Uji ini dilakukan dengan beberapa asumsi yaitu model regresi harus menyertakan konstanta, autokorelasi diasumsikan sebagai autokorelasi first order dan variabel dependen bukan merupakan variabel log. Autokorelasi first order adalah korelasi antara sampel ke- i dengan sampel ke- $i-1$ (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- (a) Jika $0 < dw < dl$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif.

- (b) Jika $4-dl < dw < 4$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negatif.
- (c) Jika $du < dw < 4-du$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi baik positif maupun negatif.
- (d) Jika $dl \leq dw \leq du$ atau $4-du \leq dw \leq 4-dl$, maka tidak ada pengambilan keputusan.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Efek dari multikolinearitas ini akan menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal ini berarti standar error besar, yang mengakibatkan ketika koefisien diuji t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual

satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

e. Pengujian Regresi Linier Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Teknik analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Variabel yang diasumsikan random (acak) berarti memiliki distribusi probabilistik, sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap. Analisis regresi linier berganda ini memprediksi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menguji apakah terdapat pengaruh dari variabel independen yang diaproksikan melalui Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*. Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini ditunjukkan dengan persamaan berikut ini :

$$Y = \alpha + \beta_1.T + \beta_2.TI + \beta_3.ER + \varepsilon$$

Dimana :

Y	: <i>Transfer Pricing</i>
α	: Konstanta
β	: Koefisien
T	: Pajak
TI	: <i>Tunneling Incentive</i>
ER	: <i>Exchange Rate</i>
ε	: Standar error

E. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen akan menjelaskan model variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$), nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang hampir mendekati satu mengandung arti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Untuk mempermudah perhitungan koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R^2) di atas maka akan digunakan program SPSS versi 25.

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk menguji ketepatan model. Uji F ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat/dependen. Uji F ini pada dasarnya digunakan untuk mengukur

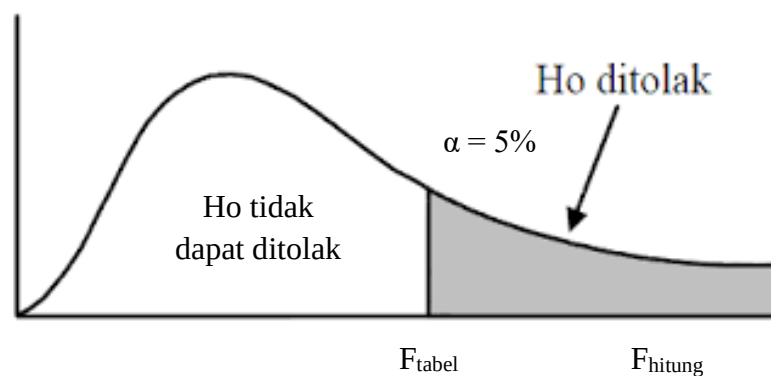
ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*Goodness of fit*).

Uji F menguji apakah variabel independen yang mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau menguji apakah model yang digunakan telah fit atau tidak (Ghozali, 2018). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

(a) Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.

(b) Kriteria keputusan :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus (fit).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $p\text{-value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak dapat ditolak atau H_a tidak diterima, artinya model yang digunakan tidak bagus (tidak fit).



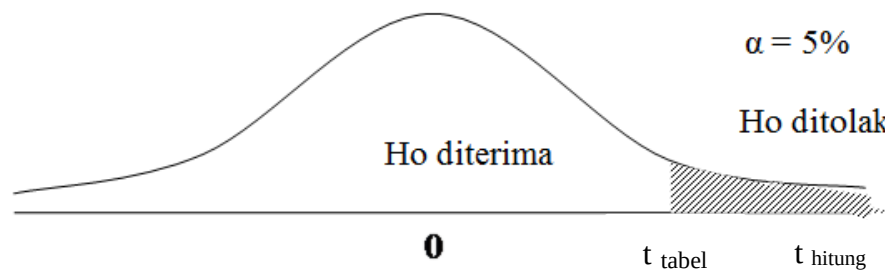
Gambar 3.1
Penerimaan Uji F

c. Uji t

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi signifikan atau tidak. Pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan antara nilai thitung masing-masing koefisien regresi dengan ttabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 5%, dengan derajat kebebasan $df = n - 1$ (Ghozali, 2018). Hipotesis positif ditunjukkan dengan kriteria :

- (a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p\text{-value} > \alpha = 5\%$ maka H_0 tidak dapat ditolak atau H_a tidak diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Penerimaan Uji t

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing*. Metode pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dan memperoleh sampel 17 perusahaan, sehingga jumlah sampel secara keseluruhan selama 7 tahun sebanyak 119 perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap variabel *transfer pricing*.

Kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan manufaktur antar divisi atau dengan perusahaan afiliasinya yang berada di berbagai negara, semata-mata untuk transaksi barang maupun jasa agar keuntungan yang diperoleh perusahaan meningkat, dan bukan sebagai upaya penyelewengan pembayaran pajak yang seharusnya dilakukan perusahaan. Ada atau tidaknya pemegang saham mayoritas dalam perusahaan manufaktur juga tidak mempengaruhi perusahaan untuk tetap melakukan praktik *transfer pricing*. Selain itu, perubahan nilai tukar yang ada tidak mempengaruhi keputusan para direksi untuk melakukan *transfer pricing* dalam perusahaan manufaktur, karena perubahan nilai tukar tersebut menyebabkan sebagian besar perusahaan manufaktur mengalami kerugian atas selisih kurs pada kegiatan operasi mereka.

B. Keterbatasan

1. Penelitian ini menggunakan variabel independen pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate*, sehingga masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan.
2. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2019, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat dijadikan sebagai generalisasi perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Penelitian ini menggunakan pengukuran *Related Party Transaction* (RPT) piutang pada variabel *transfer pricing*.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel lain dalam penelitian seperti mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota direksi apabila perusahaan memperoleh laba dan target perusahaan dapat terpenuhi (Andayani et al., 2020). Berdasarkan *bonus plan hypothesis*, mekanisme bonus yang diberikan perusahaan tersebut akan berdampak pada manajemen untuk memanipulasi laba bersih perusahaan. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima dengan cara akuntansi menaikkan laba menggunakan *transfer pricing*.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur, tetapi bisa menggunakan sampel perusahaan multinasional. Aktivitas pada perusahaan multinasional menetapkan proses terintegrasi yang mengarah pada peningkatan jumlah transaksi antar perusahaan, sehingga perusahaan multinasional cenderung lebih sering melakukan *transfer pricing*.
3. Penelitian ini menggunakan proksi pengukuran pada *transfer pricing* dengan *Related Party Transaction* (RPT) piutang kepada pihak berelasi, sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan pengukuran lain, seperti menggunakan proksi nilai penjualan dengan pihak istimewa karena *transfer pricing* dapat muncul ketika perusahaan memiliki transaksi dengan pihak istimewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhadya, D. P., & Ariefiara, D. (2019). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, dan Kepemilikan Asing terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 6(3), 1–20.
- Arief, A., & Dewi, W. C. (2012). Pengaruh Laba antar Divisi, Pajak, dan Tunneling Incentive pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Terbuka. *Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 7, 1–15.
- Astuti, T. P., & Aryani, Y. A. (2016). Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur di Indonesi. *Jurnal Akuntansi*, 20(3), 375–388.
- 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.
- Ayu, G., Surya, R., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19, 1000–1029.
- Cahyadi, A. S., & Noviari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 1441.
- Cecchini, M., Leitch, R., & Strobel, C. (2013). A Multiple Objective Search Process for Management Using a Transfer Pricing Example. *International Journal of Business and Management*, 8(21), 89–107.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.
- F., D. N., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia yang Berkaitan dengan Perusahaan Asing). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (pp. 52–171). BPFE-UNDIP.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, V., & Anne, A. (2019). Pengaruh Tarif Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentives terhadap Pergeseran Laba dalam Melakukan Transfer Pricing dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 141.

- Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), hal. 49-59.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3, 3, 305–360.
- Kiswanto, N., & Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Universitas Atma Jaya*, 1–15.
- Marfuah, & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165.
- Ni'maturosyiddah, A. (2018). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant dan Exchange Rate terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing*.
- Pajak, D. J. (2008). *Undang-Undang Perpajakan No. 36 Tahun 2008*.
- Putri, V. R. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 21(1), 1–11.
- Rahayu, T. T., Masitoh, E., Wijayanti (2020). Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Profitabilitas dan Leverage terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1), 78–90.
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 1960–1970.
- S, M. F. (2018). *Hukum Pajak di Indonesia* (Edisi Pertama). Kencana.
- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). 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). *Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 215–228.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 137–218). Alfabeta.
- Suparno, S., & Sawarjuwono, T. (2019). Skema Transfer Pricing pada Perusahaan

Pertambahan dan Faktor-Faktor yang Terlibat. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 765.

Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *International Journal of Business*, 3(2), 82.

Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008. (2008).

www.bps.go.id

www.ddtc.co

www.ortax.org