

ANALISIS PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING

Oleh : Isabella Yora Cristina¹ Triana Murtiningtyas²
Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkucecwara^{1,2}
E-mail : tyas@stie-mce.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 yaitu pajak (X_1), *tunneling incentive* (X_2), dan mekanisme bonus (X_3). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016-2019, dengan total populasi sebanyak 169 perusahaan. Metode penentuan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa laporan keuangan tahunan yang didapat melalui website resmi Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
Kata kunci : Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Transfer Pricing*.

Kata-kata kunci: *Transfer pricing*, *tax minimization*, *tunneling incentive*, mekanisme bonus

Abstract

The purpose of this research is to test the influence of taxes, tunneling Incentive, and bonus mechanisms against transfer pricing decisions. The independent variables used in this study were 3 tax (X_1), tunneling incentive (X_2), and bonus mechanisms (X_3). While the dependent variable in this study is transfer pricing (Y). The population in the study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange from 2016-2019, with a total population of 169 companies. Method of sampling using purposive sampling and obtained as many as 11 companies. The data used in this research is secondary data that is the annual financial report obtained through the official website of the Indonesia Stock Exchange. The analytical methods used in this study are multiple linear regression analyses with the help of SPSS. The results of this research show that tax does not affect the pricing decision, tunneling incentive has no effect on transfer pricing decisions, and bonus mechanisms affect the decision on transfer pricing.
Keywords: Tax, Tunneling Incentive, Mechanism Bonus, Transfer Pricing.

Keywords: *transfer pricing*, *tax minimization*, *tunneling incentive*, *bonus mechanism*

1. Pendahuluan

Globalisasi menyebabkan perekonomian dan bisnis berkembang dengan cepat tanpa mengenal batas negara dan benua. Perkembangan

perekonomian, teknologi, transportasi dan informasi memberikan pengaruh yang besar bagi pola bisnis dan perilaku para pemilik bisnis. Para pemilik bisnis membentuk perusahaan

*) Isabella Yora Cristina dan Triana Murtiningtyas adalah dosen STIE Malangkucecwara Malang

multinasional melalui anak perusahaan dan cabang perusahaan untuk mengembangkan bisnis di beberapa negara dengan melakukan berbagai investasi dan transaksi yang berskala internasional. Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan (Maffuchan, 2013).

Transfer pricing dapat dilakukan oleh perusahaan dengan memaksimalkan harga beli dan meminimalisir harga jual antar perusahaan dalam satu grup yang terdapat di negara yang berbeda dan memiliki tarif pajak yang lebih rendah (Refgia 2017). Transfer antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara-negara yang memiliki tarif pajak rendah (Jacob dalam Yuniasih *et al.* 2012)

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. Hartati *et al* (2015). Penelitian yang dilakukan Saraswati dan Sujana (2017) menunjukkan pengaruh *tunneling incentive* terhadap perilaku *transfer pricing*, dimana perusahaan yang dengan kepemilikan yang hanya dikuasai oleh beberapa pihak dimana pihak yang menguasai perusahaan cenderung bertindak hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri. Hal ini dilakukan dengan *tunneling*

dengan melakukan transaksi *transfer pricing*.

Mekanisme bonus juga merupakan faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi.

Penelitian yang berkaitan dengan *transfer pricing* pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Refgia (2017), menyatakan pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. *Tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. sedangkan mekanisme bonus, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2. Kajian Pustaka

2.1. Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu prinsipal dan agen. “Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal” (Ichsan, 2013).

2.2. Transfer Pricing

Transfer pricing (penentuan harga transfer) merupakan kebijakan yang biasanya digunakan perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Menurut Kurniawan (2015) dijelaskan “transfer pricing adalah nilai atau harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi

penjual (selling division) dan biaya devisi pembeli (buying division)”.
Pajak

Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa ada kalanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual; maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah” (Suandy, 2011).

2.3. Tunneling Incentive

Tunneling merupakan tindakan mengalihkan aktiva dan laba perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas (Aharony et al. 2010). Menurut Wafiroh & Hapsari (2015) Tunneling dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar,

2.4. Mekanisme Bonus

Menurut Suryatiningsih, et al (2009) dalam Hartati, et al (2015), mekanisme bonus adalah suatu komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Semakin besar keinginan manajemen untuk memperoleh bonus, maka semakin besar kemungkinan manajemen untuk membuat keputusan transfer pricing untuk meningkatkan laba.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Transfer

Pricing

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 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 (Marfuah, 2014). Dengan adanya hal tersebut, makan perusahaan-perusahaan multinasional akan berpikir bagaimana cara untuk menekan beban pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menekan pajak adalah transfer pricing. Melalui transfer pricing perusahaan multinasional yang bersangkutan dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari perusahaan di negara yang menetapkan tarif pajak yang tinggi ke perusahaan di negara dengan tarif pajak yang rendah. Berdasarkan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Noviasatika, (2016), Refgia (2017), dan Saraswati & Sujana (2017) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfe pricing.

H1 : Pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Transfer Pricing.

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap keputusan Transfer Pricing

Refgia (2017) menyatakan bahwa munculnya tunneling ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda

oleh masing-masing pihak. Pemegang saham pengendali melakukan kegiatan tunneling bertujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anggota atau anak perusahaan dengan transfer pricing agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan tunneling semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan transfer pricing juga akan meningkat. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015), Refgia (2017), dan Saraswati & Sujana (2017) bahwa Tunneling Incentive berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.

H2 : Tunneling Incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan Transfer Pricing.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan Transfer Pricing Dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren (2008) dalam Hartati (2014), yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi 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. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2015) bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.

H3: Mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan Transfer Pricing.

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Nilai yang diuji adalah koefisien regresi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016-2019 sebanyak 169 perusahaan. Dari populasi tersebut diperoleh 11 perusahaan dalam satu tahun yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel. Pertama yaitu pajak (X1), kedua yaitu tunneling incentive (X2), dan ketiga yaitu mekanisme bonus (X3). Sedangkan variabel dependen yaitu transfer pricing (Y). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu uji parsial t dan uji F (goodness of fit) dengan rumus persamaan regresi sebagai berikut:

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

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

Dari hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan nilai adjusted R square sebesar

0,143. Artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 14,3%. Sedangkan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 85,7%.

Dari hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Hipotesis 1 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pajak secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar -2,381 dan nilai t tabel diperoleh sebesar 2,021. Artinya $-2,381 < 2,021$. sedangkan nilai signifikan sebesar 0,221. Artinya nilai signifikan $0,221 > 0,05$. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Rosa, Andini, dan Raharjo (2017),

Hipotesis 2 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel tunneling incentive secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,521 dan nilai t tabel sebesar 2,021. Artinya $0,521 < 2,021$. sedangkan nilai signifikan sebesar 0,605. Artinya nilai signifikan $0,605 > 0,05$. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noviasatika, (2016).

Hipotesis 3 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel mekanisme bonus secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,152 dan nilai t tabel 2,021. Artinya $2,152 >$

2,021. sedangkan nilai signifikan sebesar 0,037. Artinya nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Istiqomah dan Baihaqi Fanani (2019).

Dari hasil uji F diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 3,38 $>$ F tabel sebesar 2,83. Sedangkan nilai signifikan diperoleh sebesar $0,027 < 0,05$. Artinya dalam model regresi ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen (pajak, tunneling incentive, dan mekanisme bonus) terhadap variabel dependen transfer pricing.

5.Simpulan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis 1 diperoleh signifikansi pajak $0,221 > 0,05$ dan t hitung $-2,381 < t$ tabel 2,021. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut ditolak. 2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis 2 diperoleh signifikansi tunneling incentive $0,605 > 0,05$ dan t hitung $0,521 < t$ tabel 2,021. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut ditolak. 3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis 3 diperoleh signifikansi mekanisme

bonus $0,037 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,152 > t$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut diterima.

6. Daftar Rujukan

- Aharony, J., J. Wang, and H. Yuan. 2010. Tunneling as An Incentive for Earnings Management During The IPO Process in China. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29(1): 1-26.
- Hartati, D. dan Julita. 2015. Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. Paper Dipresentasikan Pada *Simposium Nasional Akuntansi XVIII*, Medan
- Istiqomah, & Fanani, B. 2020. Pengaruh Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant terhadap Transaksi Transfer Pricing. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* Vol. 12 No. 1, 56-66.
- Kurniawan, A. M. 2015. *Transfer Pricing untuk Kepentingan Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Merdeka
- Marfuah, A. A. 2014. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *jurnal akuntansi* volume 18 no. 2.
- Maftuchan, A. 2013. *G-20 Transparansi Perpajakan Global : Memperkuat Peran Indonesia dalam Penindakan Praktik Transfer Pricing*
- Noviastika, 2016. 'Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia'. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 8(1).
- Purwanti, L. 2010. Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Manajemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2): 430-436.
- Refgia, Thesa. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di Bei Tahun 2011-2014). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 4(1):543-555.
- Rosa, R., & Andini. 2017. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant, dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap transaksi Transfer Pricing. *Jurnal akuntansi Universitas Pandanaran Semarang*.
- Saraswati, G. A. R. S., dan I. K. Sujana. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive pada Indikasi Melakukan Transfer pricing. *E-JURNAL AKUNTANSI Universitas Udayana* 19 (2): 29.
- Suandy, Erly. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wafiroh & Hapsari. (2016). 'Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing'. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 157-168.
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K. dan Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak dan Tunneling incentive pada Keputusan Transfer pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Jurnal Universitas Udayana*.