

ANALISIS PEMAHAMAN EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIVE

Oleh : Nunung Nurastuti Utami*)

Abstrak

Globalisasi mempunyai pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan dengan adanya globalisasi membuka peluang produk-produk global ke pasar domestik, salah satunya terlihat dari maraknya Mall yang menunjukkan tingginya budaya konsumtif di kalangan masyarakat, terjadinya fenomena psikoekonomik yakni pembelian impulsif yang berkaitan dengan uang dan gaya hidup terutama mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi globalisasi yakni menguatkan karakter mereka dengan menanamkan pengetahuan ekonomi

Dari hasil analisis data diperoleh informasi bahwa mahasiswa Malang Indonesia memiliki pengetahuan literasi yang kurang, sedang sampai sangat rendah sebesar 81,3%, serta hanya 18,7% berkemampuan tinggi. Selanjutnya diperoleh juga informasi bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri mempunyai pengaruh yang negatif yang signifikan terhadap perilaku impulsif berturut-turut sebesar -0,274 dan -0,669, rendahnya prosentasi pengetahuan tentang literasi ekonomi mikro dan makro berdasarkan indikator The Standard in Economic Survey yang dikembangkan oleh NCEE.

Kata Kunci: Pemahaman ekonomi – keputusan – pembelian – impulsif

Abstract

Globalization has a major influence on the Indonesian economy because globalization opens up opportunities for global products to the domestic market, one of which can be seen from the rise of malls that show a high consumptive culture among the community, the occurrence of psychoeconomic phenomena, namely impulsive purchases related to money and lifestyle especially college student.

This study aims to prepare students to face globalization by strengthening their character by imparting economic knowledge

From the results of data analysis, it was found that students of Malang Indonesia had less, moderate to very low literacy knowledge of 81.3%, and only 18.7% had high abilities. Furthermore, it is also obtained information that economic literacy and self-control have a significant negative effect on impulsive behavior of -0.274 and -0.669, respectively, the low percentage of knowledge about micro and macroeconomic literacy based on the indicators of The Standard in Economic Survey developed by NCEE.

Keywords: *Understanding economics - decisions - buying - impulsivity*

1. Pendahuluan

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, seseorang harus memiliki pengetahuan ekonomi, agar diperoleh hasil yang efisien dan efektif. Tanpa memiliki pengetahuan ekonomi maka akan mudah terperosok pada kerugian. Pendidikan secara umum belum bisa menjamin seseorang mampu

menentukan aktivitas ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

Berdasarkan hasil riset bahwa di Indonesia melek huruf tidak berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, hal ini diduga karena bukanlah melek ekonomi yang berpengaruh dekat terhadap pertumbuhan ekonomi, namun melek

*) **Nunung Nurastuti Utami** adalah dosen STIE Malangkecewara Malang

ekonomilah yang berpengaruh dekat pada pertumbuhan ekonomi. (Utami: 2011).

Dari hasil penelitian terhadap perilaku wirausaha daerah pesisir Malang Selatan Jawa Timur, bahwa pendidikan tidak berpengaruh terhadap perilaku wirausaha karena pendidikan yang responden teliti merupakan pendidikan formal dan non mormal yang bukan merupakan pendidikan terkait dengan kegiatan ekonomi yang mereka tekuni, hal ini memberi indikasi merekaka mambutuhkan pendidikan yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi agar dapat meningkatkan usaha mereka. (Utami, Nunung N: 2008).

Karakteristik pribadi yakni bendidikan berpengaruh signifikan namun negatif terhadap kemandirian usaha masyarakat miskin kota (Utami: 2007), yakni semakin tinggi tinggi pendidikan mereka maka semakin rendah kemandirian usahanya, hal ini mengartikan bahwa masyarakat miskin kota membutuhkan pendidikan yang berhubungan dengan usaha mereka dan selama ini mereka tidak faham dengan pendidikan ekonominya untuk peningkatan usaha mereka.

Menurut hasil penelitian: Bookliteracy-based economywith acartoon imageis developedin the formexcitingchargedevent messagesof economic behaviorthat has a functionas a guidefor students, teachersand parentstodelivereconomic valuesin children.(Utami: 2015).

Yang artinya: Buku melek ekonomi dengan berbasis gambar kartun yang dikembangkan dalam bentuk yang menarik bermuatan pesan peristiwa perilaku ekonomi yang memiliki fungsi sebagai panduan bagi siswa, guru dan orang tua untuk menyampaikan nilai-nilai

ekonomi pada diri anak.

Hal ini mengartikan bahwa buku yang bersifat bacaan yang menyenangkan akan lebih disukai untuk dibaca anak-anak.

Dari hasil penelitian terhadap siwa Sekolah dasa deperoleh informasi bahwa: “The teacher sagreed that the matter would be made in the for mof learning fun with easy to understand language one lementary school, the teachersare readyto teach with curriculum contains material of economic literacy, this case because economic literacy, including educational characters that need tobe given early because it will change the traditional thinking such as: resigned to giving god and any future majors could not be separated from economic activities” (Utami, 2014)

Yang artinya bahwa: “Para guru akan setuju jika materi pembelajaran dibuat dalam bentuk menyenangkan dengan bahasa mudah dipahami di usia sekolah dasar, para guru siap seandainya kurikulum mewajibkan memuat pengajaran melek ekonomi, mengingat melek ekonomi termasuk pendidikan karakter yang perlu ditanamkan sejak dini karena akan mengubah pemikiran tradisional seperti: nrimo ing pandum, dan jurusan apapun kelak jika dewasa tidak dapat lepas dari kegiatan ekonomi”.

Di Era Global inidengan masuknya produk luar negeri ke Indonesia akan mempunyai pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia,salah satunya terlihat dari maraknya Mall yang menunjukkan tingginya budaya konsumtif di kalangan masyarakat, terjadinya fenomena psikoekonomik yakni pembelian impulsif yang berkaitan dengan uang dan gaya

hidup

Menurut data BPS (2016) penduduk Indonesia secara umum mengalami peningkatan dari 64 juta jiwa tahun 2008 menjadi 67,7 juta jiwa pada tahun 2016, jumlah yang cukup besar membuat menarik bagi produsen luar negeri untuk memasuki pasar Indonesia.

Slamet Santosa (2016) mengatakan bahwa anak tumbuh dan berinteraksi dua dunia sosial yaitu dunia orang dewasa dan dunia sebaya (peer group), dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa seorang anak selalu berinteraksi dengan 2 lingkungan tersebut, remaja lebih sering ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, juga mudah dipengaruhi iklan yang menarik yang menawarkan barang baru dengan potongan harga yang menggiurkan. Apalagi bisa dikatakan remaja memiliki “tempat wajib” yang dikunjungi satu minggu sekali yakni pusat perbelanjaan (mall).

Terkait dengan perilaku konsumsi remaja, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia berkualitas, dengan kata lain orang dianggap belajar jika menunjukkan perubahan tingkah laku dalam hidupnya, sehingga literasi ekonomi menjadi hal penting, literasi ekonomi juga berguna untuk membuka persepsi yang terbelenggu akibat kurangnya pengetahuan tentang biaya dan manfaat.

Rumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah adalah: Bagaimana pengaruh pemahaman ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsive mahasiswa.

Tujuan Penelitian:

Secara umum tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh pemahaman ekonomi mahasiswa terhadap perilaku pembelian impulsive

2. Kajian Pustaka

2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dari sudut pandang teori agensi, principal (pemilik atau manajemen puncak) membawahi agen (karyawan atau manajer yang lebih rendah) untuk melaksanakan kinerja yang efisien. Teori ini mengasumsikan kinerja yang efisien dan kinerja organisasi ditentukan oleh usaha dan pengaruh kondisi lingkungan. Secara umum, teori ini mengasumsikan bahwa principal bersikap netral terhadap risiko sementara agen bersikap menolak usaha dan risiko. Agen dan principal termotivasi oleh kepentingannya sendiri, dan seringkali kepentingan antara keduanya berbenturan (Lubis, 2010). Hartati (2015) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan teori keagenan adalah suatu teori yang menyebutkan bahwa ada perbedaan kepentingan antara pemilik saham (pemegang saham), direksi (profesional perusahaan) dan karyawan perusahaan. dan kemudian akan menimbulkan pertentangan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan. Masalah keagenan muncul dikarenakan tindakan oportunistik yang dilakukan manajer untuk mensejahterakan kepentingan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan pemegang saham (principal).

Mispiyanti (2015), Teori keagenan dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Konflik antara kelompok atau agency conflict merupakan konflik yang timbul antara pemilik, dan

manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan. Selanjutnya, Colgan (2001) dalam Mispiyanti (2015), menyatakan beberapa faktor yang dapat menyebabkan munculnya masalah keagenan, yaitu moral hazard, masalah horizon waktu dan penghindaran risiko manajerial. Moral Hazard umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi) dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Penahanan Laba (Earning s Retention). Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agent) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham. Masalah atau konflik horizon waktu muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas yang mana principal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti. Manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka, masalah penghindaran risiko manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya.

Dari penjelasan diatas dapat menimbulkan apa yang disebut agency cost, yang menurut teori ini harus dikeluarkan sedemikian rupa sehingga biaya untuk mengurangi kerugian yang timbul karena adanya ketidakpatuhan, sehingga muncul adanya adverse selection yaitu dimana para

manajer mengetahui lebih banyak tentang keadaan prospek perusahaan dibandingkan pihak luar. Pihak principal juga dapat membatasi kepentingannya dengan memberikan tingkat insentif yang layak kepada agen dan bersedia mengeluarkan biaya pengawasan (monitoring cost) untuk mencegah hazard dari agen.

2.2. Transfer Pricing

Transfer pricing adalah harga yang terkandung dalam suatu produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (Yuniasih, 2012). Mangoting (2000) dalam Marfuah dan Andri (2014) dalam transaksi-transaksi yang terjadi dalam lingkungan perusahaan seperti ini nantinya akan menyulitkan dalam penentuan harga yang harus ditransfer. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota atau divisi tersebut lazim disebut dengan transfer pricing.

Pengertian mengenai hubungan istimewa berdasarkan pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 7 tentang Pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai Hubungan istimewa, diberikan definisi sebagai berikut: Pihak-pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa adalah pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Transaksi antara pihak-pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, tanpa

menghiraikan apakah suatu harga diperhitungkan. Termasuk sebagai pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah : perusahaan dibawah pengendalian satu atau lebih perantara (intermediaries), perusahaan asosiasi (associated company); perorangan yang memiliki hak suara yang berpengaruh, dan anggota keluarga dekat ; karyawan kunci; dan perusahaan yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang berpengaruh signifikan.

Kemudian pengertian hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 (UU PPh) adalah: “Hubungan istimewa dianggap ada apabila: (a) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, atau hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau (b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (c) Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat”.

2.3. Pajak

Menurut Waluyo (2011), dalam Hartati et al., (2015), “ Pajak adalah iuran negara yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, tugas negara yang menyelenggarakan pemerin-

tahan”. Pajak mempunyai peranan penting dalam kehidupan bernegara. Khususnya didalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber negara pendapatan untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pembiayaan pembangunan. Berdasarkan hal diatas menurut Fathoni (2015) pajak mempunyai fungsi sebagai berikut: (a) Fungsi Anggaran (Budgetair), (b) Fungsi Mengatur (Regulered), (c) Fungsi Stabilitas, dan (d) Fungsi Pemerataan (Fungsi Distribusi)

2.4. Tunneling Incentive

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2009). Pada struktur kepemilikan terkonsentrasi kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas dipihak tertentu sebagai pemegang saham pengendali (Mispiyanti, 2015). Namun, di negara-negara berkembang seperti Indonesia dan negara Asia lainnya, struktur kepemilikan terkonsentrasi yang secara umum didominasi oleh keluarga pendiri serta adanya perlindungan terhadap pemegang saham minoritas yang lemah menimbulkan konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2009).

Struktur kepemilikan dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan (Wiranata dan Yeterina, 2013). Zhuang et al., (2000) dalam Yuniasih et al., (2012), dalam struktur kepemilikan ini pemegang saham

secara umum tidak bersedia melakukan monitoring, karena mereka harus menanggung seluruh biaya monitoring dan hanya menikmati keuntungan sesuai dengan proporsi kepemilikan saham mereka. Jadi Jika semua pemegang saham berperilaku sama, maka tidak akan terjadi pengawasan terhadap manajemen. Jadi kesimpulannya tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan sendiri, namun pemegang saham minoritas harus ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

2.5. Mekanisme Bonus

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan, karena apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik, maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik (Hartati et al., 2015). Perusahaan biasanya menggunakan bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi. Bonus merupakan pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja perusahaan. bonus yang diberikan perusahaan dapat berupa tunjangan, komisis, insentif penjualan, atau kesejahteraan karyawan (Mispiyanti, 2015).

Jumlah bonus maksimum yang bisa dibayarkan kepada manajer tergantung pada persentase pencapaian laba usaha sebelum biaya bunga dan penyusutan, laba usaha sebelum biaya

bunga dan laba bersih baik terhadap realisasi tahun lalu maupun anggarannya serta tingkat kesehatan dikalikan dengan faktor penyesuaian. Mengingat skema bonus berdasarkan laba merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada manajer, maka logis bila manajer memanipulasi laba untuk memaksimalkan penerimaannya (Utomo, 2011). Jadi kesimpulannya mekanisme bonus merupakan suatu strategi perhitungan dalam akuntansi yang bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada direksi dengan melihat kinerja dan laba keseluruhan.

2.6. Hubungan tax minimization dengan keputusan *transfer pricing*

Salah satu alasan perusahaan melakukan transfer pricing adalah tax minimization. Gusnardi (2009), menyebutkan bahwa perusahaan multinasional melakukan transfer pricing untuk meminimalkan kewajiban pajak melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi. Kemudian menurut Yani (2001) dalam Hartati et al., (2015), motivasi pajak dalam transfer pricing pada perusahaan multinasional dilaksanakan dengan cara memindahkan penghasilan ke negara dengan beban pajak terendah, dimana negara tersebut memiliki grup perusahaan atau divisi perusahaan yang beroperasi.

Jacob (1996) dalam Hartati et al., (2015) menemukan bahwa transfer antar perusahaan besar mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Penelitian tersebut menemukan bahwa perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara dengan pajak tinggi ke

negara pajak rendah. Yuniasih et al., (2012), mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif pada keputusan transfer pricing. beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1. *Tax minimization* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

2.7. Hubungan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing

Menurut Mutamimah (2008) dalam Yunasih et al., (2012) Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi. Jika semua pemegang saham berperilaku sama, maka tidak akan terjadi pengawasan terhadap manajemen. Yuniasih et al., (2012) juga menemukan bahwa tunneling incentive berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Hal ini dikarenakan transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya.

Menurut Mutamimah (2009) dalam Hartati et al., (2015) Tunneling merupakan perilaku

manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Secara sederhana dapat kita bayangkan jika pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar, dengan kata lain mereka telah menanamkan modal yang juga besar ke dalam perusahaan tersebut. Maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan transfer pricing dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri dari pada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik transfer pricing (Hartati et al., 2015). Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H2: Tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

2.8. Hubungan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Karena apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik.

Penghargaan itu dapat berupa bonus yang diberikan kepada direksi perusahaan. Dalam

memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan (Hartati et al., 2015).

Jadi pemilik tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang berhasil menghasilkan laba untuk divisi atau subunitnya, namun juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren (2008) dalam Hartati et al., (2015) 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. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktik transfer pricing. Selain itu, Hartati et al. (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik transfer pricing. Berdasarkan rumusan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Variabel dependen

Variabel yang yang digunakan dalam penelitian ini adalah transfer pricing yang diukur menggunakan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan pihak berelasi dan pembelian kepada pihak yang berelasi. Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak berelasi maka diberi nilai 1 dan yang tidak diberi nilai 0 (Yuniasih, 2012).

3.2. Variabel Independen

1. Tax minimization

Tax minimization diprosikan dengan effective tax rate yang merupakan perbandingan tax expense dikurangi differed tax expense dibagi dengan laba kena pajak.

2. Tunneling incentive

Tunneling incentive diprosikan dengan presentasi kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15 juga menyatakan bahwa tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan presentase 20% atau lebih (Mispianiti, 2015).

3. Mekanisme bonus

Untuk variabel ini akan diukur dengan rumus profitabilitas. Yaitu berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia kecuali perusahaan yang bergerak disektor keuangan periode tahun 2013-2015. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria : (1) Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia kecuali perusahaan yang bergerak disektor keuangan periode 2013-2015. (2) Data laporan keuangan perusahaan tersedia untuk tahun pelaporan 2013-2015. (3) Perusahaan dikendalikan oleh perusahaan asing dengan presentase kepemilikan 20% atau lebih. (4) Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan. (5) Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan dalam satu jenis mata uang yaitu rupiah.

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder (laporan keuangan perusahaan publik periode tahun 2013-2015) yang bersumber dari situs www.idx.co.id (website Bursa Efek Indonesia), jurnal dan sumber-sumber lain. Metode pengumpulan data dengan metode dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logistik dengan program aplikasi komputer SPSS. Beberapa tes statistik yang digunakan untuk menilai overall fit model, yaitu nilai Log likelihood, Cox dan Snell's R Square, Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test, dan *classification table*.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

Sampel yang digunakan penelitian ini adalah sebanyak 132 data pengamatan seluruh perusahaan non keuangan selama periode 2013-2015 yang dipilih dengan metode purposive sampling. Statistik deskriptif menunjukkan bahwa transaksi hubungan istimewa terjadi pada 83

Pengamatan, yang berarti bahwa sebagian besar perusahaan melakukan transfer pricing. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi logistic. Kelayakan model regresi dengan menggunakan Hosmer Lemeshow test Goodness of Fit Test. Nilai -2LL awal sebesar 175,155. setelah dimasukkan seluruh variabel independen, maka diperoleh nilai -2 log likelihood (-2LL) akhir sebesar 159,891. Dengan demikian terjadi penurunan -2 log likelihood yang cukup besar setelah menggunakan 3 variabel independen. Dengan demikian model dengan 3 independen menunjukkan sebagai model yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai Nagelkerke R Square. Nilai Nagelkerke R Square diperoleh 0,149. Hal ini berarti 14,9 % transfer pricing dapat dijelaskan oleh variabel tax minimization, tunneling incentive dan mekanisme bonus, sedangkan sisanya 85,1% transfer pricing dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian. Hasil pengujian kesamaan model prediksi dengan observasi diperoleh nilai chi square pada Hosmer Lemeshow sebesar 11,562 dengan signifikansi sebesar 0,172. Dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka tidak adanya perbedaan antara data estimasi model regresi logistik dengan data observasinya. Hal ini berarti bahwa model tersebut sudah tepat dengan tidak perlu adanya modifikasi model.

Tabel klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi probabilitas ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan terjadi variabel terikat dinyatakan dalam persen. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan transfer pricing adalah sebesar 72,0 %. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut, terdapat perusahaan sebanyak 28 (44%) yang diprediksi akan melakukan transfer pricing dari total 132 data perusahaan sample selama periode pengamatan (2013-2015) yang melakukan transfer pricing. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan transfer pricing adalah 89,0 persen. Hal ini bahwa dengan model regresi tersebut, terdapat sebanyak 73 perusahaan (89,0%) yang diprediksi melakukan transfer pricing dari total 132 data perusahaan sampel selama periode pengamatan (2013-2015) yang melakukan transfer pricing.

Hasil analisis mengenai pengaruh tax minimization, tunneling incentive, dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing pada 132 perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kecuali perusahaan yang bergerak di sektor keuangan tahun 2013-2015. hasil perhitungan overall model fit dengan menggunakan pendekatan Uji Likelihood, Cox dan snel'S R Square dan Hosmer and Lemeshow Test mengindikasikan bahwa model yang digunakan telah fit dengan data sehingga mampu memprediksi nilai observasinya.

Hipotesis pertama (H1) diterima, yaitu variabel tax minimization yang diukur dengan menggunakan rumus ETR dengan signifikansi sebesar 0,008. Dengan nilai signifikansi yang berada di bawah

0,05, maka variabel tax minimization memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Penelitian ini sejalan dengan Hartati et al (2015), yang menjelaskan bahwa besarnya keputusan untuk melakukan praktik transfer pricing akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara tarif pajak rendah, sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik transfer pricing.

Hipotesis kedua (H2) diterima, yaitu variabel tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Dengan nilai signifikansi signifikansi sebesar 0,032. Dengan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05, maka tunneling incentive memiliki pengaruh yang signifikan terhadap probabilitas perusahaan melakukan transfer pricing. Hasil penelitian ini mendukung Hartati et al (2015), yang menyatakan bahwa transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan kepada pemegang saham mayoritas daripada pembayaran dividen, hal tersebut karena perusahaan harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Yuniasih (2012), menyebutkan bahwa kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik Indonesia cenderung terkonsentrasi, sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling.

Hipotesis ketiga (H3) ditolak, yaitu variabel mekanisme bonus perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap transfer pricing. Dapat dilihat dengan nilai signifikansi sebesar 0,301. Dengan nilai signifikansi yang berada di atas 0,05, maka variabel mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap probabilitas perusahaan melakukan transfer pricing. Penelitian ini sejalan dengan Mispianiti (2015), yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini dikarenakan perbandingan kenaikan laba perusahaan yang cukup tinggi, namun perusahaan yang mengalami kenaikan laba tersebut tidak terindikasi melakukan transaksi transfer pricing. Disisi lain, penelitian ini tidak sejalan dengan Hartati et al. (2015) yang menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Tax minimization dan tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing sedangkan mekanisme bonus perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap transfer pricing.

5.2. Saran

a). Bagi Pemerintah

Perlunya pengawasan terhadap harga transfer

yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia serta memberikan perhatian yang lebih terhadap fenomena manajemen laba melalui peraturan pajak yang lebih efektif yaitu dengan melalui pelaksanaan transparansi pelaporan keuangan yang lebih baik.

b. Bagi Investor

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk lebih jeli dalam menanamkan modal.

c. Agenda Penelitian yang Akan Datang

Nilai R2 relatif rendah mengindikasikan masih banyak variabel lain diluar penelitian yang mempunyai pengaruh terhadap transfer pricing. Diharapkan peneliti mendatang menambahkan variabel lain dan meneliti dengan rentang waktu lama, karena periode yang lebih panjang dapat memberikan hasil yang baik.

6. Daftar Rujukan

- Albritton, Frank P. 2016. "Performance on Test of Economic Literacy: A Comparison of Face to Face with Online Instruction. First Monday (Peer reviewed *Jorunal on Internet*)". Vol 11 No 10.
- Imam Hoyri S. 2014. "Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA (Ditinjau dari Lokasi Sekolah)". *Jurnal Online Psikologi*. Vol. 2 No.1.
- Jappelli.T. 2012. "*Economic Literacy: An International Comparison*", No 2010/16.
- Kotte,D & Witt R. 2013. "*Chance and Challenge: Assessing Economic Literacy*". www.google-economic-literacy.
- Park, Eun Joo. 2006. "A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior" *.Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol.10
- Markov, D & Bagnaschi, K. 2015. " *What American Teens & Adults Know About*

- Economics*". Harris Interactive Market Research, NCEE.
- Mathews, L.G. 2013. "Promoting Economic Literacy: Ideas for Your Classroom". Paper prepared for the 1999 AAEA Annual meeteng Nashville. Tennessee.
- Miarso, Yusufhadi .2015. " Menyemai Benih Teknologi Pendidikan. Jakarta:Kencana.
- Mitchel. D. 2013. "Childrens Literature an imitation to the word". Michigan State University.
- Molem,C,S. 2014. "Economic Information Literacy and the Development sub-Saharan African Countries. A Lead paper presented at the Sub-Saharan Regional Colloquium on Information Literacy". Organized by UNECA, Addis Ababa, Ethiopia form 29-31 March 2007.
- Rook, D.W. & Fisher, R.J. 1995. "Normative Influences on Impulsive Buying". *Journal of Consumer Research*. Vol.22.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, Leslie. L. 2007. "Consumer Behavior". America: Pearson Prentice Hall.
- Slamet, Santosa. 2016. " Dinamika Kelompok" . Jakarta: Bumi Aksara.
- Syamsul, B.T. 2010."Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif." Jakarta: Kencana.
- Utami, Nunung N .2015. "Early Economic Literacy Debriefing by using Cartoon Base Book". *International Organization of Scientific Research Journals*.Vol 20 issue 7. ISSN 2279-0845
- Utami, Nunung N . 2014. "The Economic Literacy Education for Elementary School". *International Organization of Scientific Research Journals*. Nop 2014, Vol 19 Issue 11.
- Utami, Nunung N (2011). "Analisis Investasi Sumber Daya Manusia dan Pertumbuhan Ekonomi (Kajian Kawasan Indonesia dan Negara Anggota ASEAN Lainnya)." Disertasi – Universitas Negeri Malang.
- Utami, Nunung N (2008)."Perilaku Wirausaha Masyarakat Pesisir dalam Pengembangan Industri Pariwisata Bahari Pantai Selatan Jawa Timur". (Penelitian Hibah PHK A2 – Dikti)
- Utami, Nunung N (2007),"Kajian Pengembangan Kemandirian Usaha pada Kelompok Masyarakat Miskin Kota", *Jurnal Akuntansi- Bisnis & Manajemen* Vol 17 No:1, ISSN:0854-4190, Desember 2007"..
- Www.google.co.id :Widyaiswara, Sugiyanta .(2008)." Implementasi Model Pembelajaran Kooperatif Thing-Pair-Share (TPS) pada Pokok Bahasan Zat dan Wujudnya ".
- Yunus, N,K. Y, Ishak, S & Jalil, N.A. 2012. " Economic Literacy Amongst the Secondary School Teachers in Perak Malaysia ". *Information Management and Business Review* Vol 1 No 2, Dec 2010.
- www.bps.com.