



Universitas Bina Darma
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma
 Jl. Jendral Ahmad Yani No. 3 Plaju Palembang 302264
 Telp : (0711) 515582
 Email : gcafeb@binadarma.ac.id

p-ISSN : 2086-5090
 e-ISSN : 2655-8262

SEMINAR EKONOMI DAN BISNIS GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE 5

Seminar Nasional

GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE - 5

Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Bina Darma



*Integrasi Digitalisasi & Komunikasi, Kesuksesan
 Meraih Peluang di Era New Normal*

LET'S SHARE
 YOUR THOUGHTS
 WITH US

31 OCT 2020

Seminar Nasional

GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE - 5

Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Bina Darma



*Integrasi Digitalisasi & Komunikasi, Kesuksesan
Meraih Peluang di Era New Normal*

LET'S SHARE
YOUR THOUGHTS
WITH US

31 OCT 2020

SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS
GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE
**“Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi,
Kesuksesan Meraih Peluang Era New Normal”**

Palembang, Sabtu 31 Oktober 2020
Universitas Bina Darma



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

PROSIDING SEMINAR HASIL PENELITIAN FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
“Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi, Kesuksesan Meraih Peluang di Era New Normal”

<i>Steering Committee</i>	: Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M M. Izman Herdiansyah, S.T., M.T., PhD Rifa Ariani, S.E., Ak., M.Pd Dr. Muji Gunarto, M.Si.
Ketua Panitia	: Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.
Sekretariat	: Andrian Noviardi, S.E., M.Si. Efan Elpanso, S.E., MM Heriyanto, S.E., M.Si. Rika Kadarsih, A.Md.
Bendahara	: Yeni Widiyanti, S.E., Ak., M.Ak.
Reviewer	: Dr. Fitriasuri, S.E., M.M. Dr. Muji Gunarto, M.Si. Prof. Dr. M. Noor Salim, S.E., M.M. Dr. Diah Isnaini, S.E., M.M. Emylia Yuniarti, S.E., M.Si., Ak
Editor	: M. Titan Terzaghi, S.E., Ak., M.Si. Irwan Septayuda, S.E., M.Si. Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D.
Cover dan Lay out	: Usman Effendi, S.Kom., M.Kom
<i>p-ISSN</i>	: 2086-5090
<i>e-ISSN</i>	: 2655-8262

Cetakan : Kesatu, Oktober 2020

Penerbit

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma
Jalan Jendral Ahmad Yani No. 3 Palembang
Kode Pas 302264
Telepon (62-711) 515679, 515581, 515582
Faksimile (62-711) 515581
<http://gcafeb.binadarma.ac.id>



Kata Sambutan

Ketua Panitia

Assalaamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, was sholaatu was salaamu ‘ala Rosulillah. Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas rahmat dan keridhaan-Nya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma dapat menyelenggarakan “SEMINAR NASIONAL GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE (GCA)”. Kegiatan seminar ini juga merupakan kegiatan rutin per tahun dari Fakultas, dan ini merupakan seminar GCA yang kelima.

Tema seminar GCA yang kelima ini adalah “***Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi, Kesuksesan Meraih Peluang di Era New Normal***”. Penyelenggaraan seminar ini dilatarbelakangi oleh dinamika industri 4.0, yang dikenal juga dengan era disrupsi. Secara ringkas bagaimana kemudian dunia industri berusaha mengembangkan dan menanamkan teknologi cerdas yang dapat terhubung dengan berbagai bidang kehidupan masyarakat. Dinamika lainnya ketika masyarakat menggeser aktivitas yang awalnya dilakukan di dunia nyata beralih ke dunia maya. Fenomena menjamurnya e-Commerce, youtubers, perkembangan digital marketing, dan pelaksanaan aktivitas belajar mengajar secara online merupakan bagian dari disrupsi faktual.

Barulah masyarakat di Indonesia ini sedang "asyik" beradaptasi dengan era disrupsi, tiba-tiba virus corona/ covid 19 menjadi pandemi global. Kebijakan *lock down* diterapkan, *social distracting*, *social distancing*, yang kesemuanya bertujuan untuk meredam pandemi, namun berdampak pada melemahnya perekonomian secara global. *Stay at home* dinilai tidak bisa selamanya diterapkan untuk menjaga keseimbangan ekonomi, *work from home* pun tidak selalu dapat diterapkan pada beberapa jenis aktivitas bisnis. Selanjutnya pemerintah mulai memberikan kelonggaran pada kebijakan terkait mobilitas masyarakat, dengan tetap memperhatikan dan menjalankan standar protokol kesehatan. *Welcome new normal*, selamat datang di era new normal.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana kemudian SDM Indonesia, baik dari sisi calon pekerja, pekerja, pelaku bisnis, UMKM, dunia industri dapat *survive* di era new normal saat ini? Lalu bagaimana kemudian entitas tersebut dapat sukses meraih peluang dengan seluruh tantangan disrupsi di era new normal saat ini?

Melalui kegiatan seminar nasional ini ditujukan sebagai langkah untuk menyiapkan SDM yang unggul, optimis, dan siap menghadapi seluruh tantangan disrupsi di era new normal. Kemudian melalui seminar nasional ini diharapkan akan tercipta inovasi, gagasan-gagasan serta kreativitas agar tenaga kerja di Indonesia lebih *survive* di era new normal. Menyadari bahwa Era Disrupsi, Era New Normal memang membawa konsekuensi pada cara dan pendekatan baru. Namun hal tersebut membawa kita

pada era yang mengasah kemampuan berfikir dan menuntut kita untuk cepat beradaptasi, melakukan penyesuaian bukan hanya pada diri saja, tapi juga mampu untuk mengeksplorasi, dan mengelaborasi potensi peluang melalui integrasi pengetahuan-pengetahuan, keterbukaan untuk bekerjasama, yakin usaha sampai ditengah proses perubahan era & perkembangan suatu zaman.

Kami bersyukur bahwa acara yang dilaksanakan di masa pandemi ini mendapat respon yang sangat baik dengan jumlah makalah untuk presentasi *call for paper* sejumlah 152 tulisan. Di masa mendatang, kami berharap Seminar Nasional ini semakin dikenal lagi sebagai bentuk usaha penyebaran dan pengembangan ilmu khususnya dalam Ekonomi dan Bisnis.

Terselenggaranya seminar ini juga merupakan hasil kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada

1. Para pembicara yang telah hadir untuk acara ini
2. Para pemakalah dan peserta seminar
3. Ketua Pengurus Yayasan Universitas Bina Darma
4. Rektor Universitas Bina Darma
5. Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Dr. Muji Gunarto, M. Si
6. Jajaran Ketua Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Dina Mellita, M. Ec dan Ibu Dr. Fitriasuri, M.M., CA.
7. Pihak Sponsor
8. Seluruh anggota panitia Seminar Nasional Global Competitive Advantage 5 tahun 2020
9. Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) dan Himpunan Mahasiswa Akuntansi (HMA)
10. Serta seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan kontribusi dan dukungan untuk penyelenggaraan seminar ini.

Akhir kata kami mengucapkan Selamat mengikuti seminar, semoga Allah SWT menjadikan acara ini bermanfaat untuk kita semua. Mewakili kepanitiaan saya menyampaikan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya. Apabila terdapat kekurangan baik dari teknis pelaksanaan, serta perilaku kami dalam penyambutan, dan hal-hal lain yang luput dari keharusan dan kesesuaian ideal acara seminar nasional.

Demikian, Wabillahi Taufik Walhidayah, Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, 31 Oktober 2020
Ketua Panitia Seminar Nasional GCA 5
Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.

KATA SAMBUTAN

Pimpinan



Assalamualaikum Wr Wb

Salam sejahtera untuk Kita semua.

Pertama marilah kita panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmatnya sehingga agenda rutin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma, yaitu Seminar Nasional Global Competitive Advantage dengan tema “*Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi, Kesuksesan Meraih Peluang di Era New Normal*” dapat terlaksana dengan lancar. Pandemi COVID-19 mengakibatkan beberapa hal berubah dalam kehidupan kita sehari-hari. Untuk itu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma yang terdiri atas Program Studi Manajemen dan Akuntansi berkesempatan mengangkat tema tersebut dalam seminar kali ini. Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi telah membantu dalam menghadapi kondisi pandemi ini. Teknologi yang berhubungan dengan komunikasi jarak jauh yang memungkinkan seseorang dapat mengirimkan informasi atau menerima informasi ke atau dari pihak lain yang letaknya berjauhan digunakan sebagai solusi dalam beraktivitas dalam masa pandemi ini. Pekerjaan yang tadinya bersifat konvensional atau offline menjadi bersifat online. Hal ini menjadi standar banyak perusahaan yang mulai menerapkan *work from home*.

Atas nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis, pada kesempatan ini ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan tenaga dan pikiran terutama kepada panitia yang telah menyelenggarakan kegiatan ini, kepada narasumber dan seluruh peserta seminar. Terima kasih pula kami sampaikan kepada pimpinan Universitas Bina Darma atas dukungannya dalam penyelenggaraan kegiatan seminar ini. Tidak lupa kami sampaikan terima kasih kepada para sponsor yang telah mendukung kegiatan ini. Terimakasih atas kerja keras dari dewan penyunting dalam mewujudkan penerbitan buku prosiding ini, semoga ini menjadi bagian dari amal baik yang akan memberikan manfaat bagi sesama. Akhir kata, semoga buku prosiding ini dapat menyumbangkan manfaat yang besar bagi pengembangan khasanah ilmu dan gagasan dalam pengembangan ilmu manajemen dan akuntansi ke arah yang lebih baik dimasa yang akan datang. Terima kasih.
Wassalamualaikum Wr Wb.

Dr. Muji Gunarto, M.Si

Dekan Fakultas Ekoonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

Kata Pengantar Editor



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur sebesar-besarnya tercurah kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas kemurahan yang diberikan-NYA maka Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis *Global Competitive Advantage* dapat terselenggara pada tanggal 31 Oktober 2020. Adalah suatu kehormatan dan rasa syukur yang tinggi dapat menghimpun dan menyatukan serta menyebarkan berbagai ide, pemikiran dan hasil riset ilmiah maupun pengalaman praktis yang terhimpun dalam Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis GCA dengan mengangkat tema "Integrasi Digitalisasi dan Komunikasi, Kesuksesan Meraih Peluang di Era *New Normal*".

Tema ini dianggap tepat karena diperlukannya pada saat ini dalam menghadapi era *new normal* dengan tantangan dunia kerja dan perekonomian yang semakin kompleks. Prosiding mencakup makalah dengan ruang lingkup bidang ilmu ekonomi, manajemen, akuntansi, bisnis, dan kewirausahaan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam menghadapi persaingan kerja dan ekonomi secara global.

Terima kasih, kami ucapkan atas kesediaan para tamu undangan yang telah menghadiri pembukaan dan memberikan sambutan pada seminar ini dan para peserta seminar atas keikutsertaannya. Selanjutnya penghargaan juga patut diberikan kepada para *presenter, editor, reviewer* dan seluruh panitia pelaksana serta pihak-pihak terkait dalam seminar nasional ini atas jerih payahnya sehingga seminar dapat berlangsung dengan baik sampai tersusunnya prosiding ini. Semoga prosiding ini dapat memberikan konsep dan aplikasi yang bermanfaat khususnya dalam menghadapi Era *New Normal* dan Semoga Allah SWT meridhai semua langkah dan perjuangan kita, serta berkenan mencatatnya sebagai amal ibadah. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, 31 Oktober 2020

Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

SAMBUTAN KETUA PANITIA	v
SAMBUTAN DIREKTUR	vii
KATA PENGANTAR EDITOR	viii
DAFTAR ISI.....	ix

ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PERSEDIAAN BAHAN BAKU DALAM MENINGKATKAN KELANCARAN PROSES PRODUKSI

Amelia Anggraini dan Henni Indriyani	1
--	---

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN KONSERVATISME PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Ayu Permata Sari dan Rolia Wahasusmiah	11
--	----

ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PERSEDIAAN BARANG DAGANG SPAREPART MOTOR DALAM KELANCARAN PENDISTRIBUSIAN DI PT ASTRA INTERNATIONAL, TBK-HONDA PALEMBANG

Ferdiyan Alam Putra dan Ade Kemala Jaya	20
---	----

PENGARUH TARIF PAJAK, SANKSI, PEMAHAMAN, SOSIALISASI TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PP 23/2018

Fitri Janita dan Yeni Widyanti.....	28
-------------------------------------	----

PENGARUH PAJAK, KEPEMILIKAN ASING, *TUNNELING INCENTIVE* DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*

Indah Della dan Fitriasuri	36
----------------------------------	----

ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PEMBANGUNAN RUMAH TYPE 45 DALAM MENETAPKAN HARGA JUAL PADA CV BANGKOK SUKSES

Jerry Saputra dan Andrian Noviardy	47
--	----

PENGARUH PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN, AKSESIBILITAS, AKTIVITAS PENGENDALIAN DAN KOMPETENSI APARATUR PEMDA TERHADAP AKUNTABILITAS PENGELOLAAN KEUANGAN DI BPKAD PROVINSI SUMSEL

Lola Novianti Utami dan Citra Indah Merina	56
--	----

KEMAMPUAN INFORMASI KEUANGAN UNTUK MEMPREDIKSI PERUBAHAN ARUS KAS

Nurmala Dewi dan Muhammad Titan Terzaghi	67
--	----

ANALISIS PENERAPAN AUDIT OPERASIONAL FUNGSI PENJUALAN PADA TOKO XYZ

Chintya Ade Laras Pramita dan Poppy Indriani.....	79
PENGARUH PAD, DAU, DAK, DBH DAN SILPA PADA PERILAKU OPORTUNISTIK PENYUSUN ANGGARAN DI KABUPATEN/KOTA SE-SUMATERA SELATAN Rahmawati Gita Muslimah dan Verawaty	89
PENGARUH PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH (SAKD) TERHADAP KUALITAS LAPORAN PEMERINTAH DAERAH (Studi Empiris Pada BPKAD Kota Palembang) Robi Meidiansyah Syahputra dan Septiani Fransisca.....	100
PENERAPAN PERMENDAGRI NO. 64 TAHUN 2013 TENTANG STANDAR AKUNTANSI PEMERINTAH BERBASIS AKRUAL PADA DINAS PENDIDIKAN KOTA PALEMBANG Rurita Marfasari dan Siti Nurhayati Nafsiah	111
PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KECAMATAN ALANG-ALANG LEBAR PALEMBANG Wildan Fadhilah dan Sabeli Aliya	120
STRATEGI PENINGKATAN KOMPETENSI PEMIMPIN PERUSAHAAN JAMINAN KREDIT DI SUMATERA BAGIAN SELATAN Adnan Lukman Hatta dan Rabin Ibnu Zainal	128
PENGARUH INOVASI PRODUK PEMPEK PELANGI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING Ade Kurnia dan Irwan Septayuda	134
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE KABALU Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif	140
ANALISIS LITERASI FINANSIAL PADA UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DI KECAMATAN MAKARTI JAYA Ayu Andani dan Heriyanto	151
ANALISIS SUMBER DAN PENGGUNAAN MODAL KERJA UNTUK MENINGKATKAN LIKUDITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT.PLN. (Persero) WS2JB Dian Aprilina dan Gagan Ganjar Resmi	159
ANALISIS KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN PADA MINAT PENGGUNA E-MONEY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG) Edo Saputra dan Mukran Roni.....	167
PENGARUH KEPUASAN KERJA, Keadilan ORGANISASIONAL DAN PEMBERDAYAAN TERHADAP KOMITMEN ORGANISASIONAL PADA KARYAWAN PT. PLN UP3 KOTA PALEMBANG Fajar Pratama Jaya dan Dina Mellita	176

PENGARUH <i>JOB INSECURITY</i> DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. DAYA SEMESTA AGRO PERSADA KABUPATEN BANYUASIN	
Herliya dan Wiwin Agustian.....	184
PENGARUH KOMPENSASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP KEPUASAN KERJA OJEK <i>ONLINE</i> GRAB DI KOTA PALEMBANG	
Alvin Rahmansyah dan Trisninawati	191
PENGARUH <i>CUSTOMER EXPERIENCE</i> KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI CEKA CAFE	
M.Dheny dan Efan Elpanso	200
PENGARUH PENERBITAN OBLIGASI SYARIAH TERHADAP RETURN SAHAM (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Obligasi Syariah dan Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (BEI))	
Mutia Dwiana dan Fitriya Fauzi.....	208
PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN HUMAN RELATION TERHADAP KEPUASAN KERJA APARATUR SIPIL NEGARA DI DINAS KESEHATAN KABUPATEN PALI	
Yurike Septia Ningrum dan Asmanita	216

PENGARUH PAJAK, KEPEMILIKAN ASING, *TUNNELING INCENTIVE* DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*

Indah Della¹ Fitriasuri²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Darma

Email : indahdellaoriza24@gmail.com fitriasuri@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of taxes, foreign ownership, tunneling incentives and bonus mechanisms on the company's decision to do transfer pricing. The data used are in the form of financial reports and annual reports that have been published by companies on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study were all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017 - 2019. The method of sorting samples in this study was purposive sampling, the number of samples in this study were 111 companies. The data analysis method used in this research is logistic regression analysis method. The results of data analysis in this study state that taxes, foreign ownership, tunneling incentives do not have a significant effect on transfer pricing. While the bonus mechanism has a significant effect on transfer pricing.

Keywords: *Taxes, foreign ownership, tunneling incentives, bonus mechanisms, transfer pricing*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang semakin luas memberikan pengaruh yang signifikan bagi perusahaan di Indonesia dalam mengembangkan usahanya, dimana perusahaan melebarkan sayapnya tidak hanya di satu negara saja. Untuk memperkuat basis globalnya, perusahaan banyak mendirikan anak perusahaan, cabang dan perwakilan usahanya diberbagai negara yang tujuannya untuk memperkuat aliansi strategi dan menumbuh kembangkan pangsa pasar ekspor dan impor produk-produk mereka di berbagai negara (Sumarsan dan Thomas 2013). Namun semakin pesatnya perekonomian di Indonesia membuat banyak perusahaan multinasional melakukan rekayasa harga transfer, terutama oleh wajib pajak dalam investasi di cabang- cabang perusahaan asing, dimana perusahaan- perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur yang memiliki hubungan istimewa dengan induk perusahaan atau afiliasi mereka di luar negeri (Ayshintia, dkk 2019). Salah satu alasan yang mendasari berkembangnya perusahaan multinasional adalah adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di tiap negara. Hal ini menyebabkan perusahaan multinasional berstrategi memindahkan labanya ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, sehingga dapat memperkecil beban pajak sebagai upaya dalam memaksimalkan keuntungan yang dikenal dengan *transfer pricing* (Kurniawan, 2015).

Menurut Stephanie dan Sistomo (2017) Praktik *transfer pricing* sering dimanfaatkan perusahaan multinasional sebagai upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar melalui rekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, dimana perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* kepada anak perusahaan atau pihak afiliasi yang berlokasi di berbagai negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah dengan rekayasa harga transfer dimana harga yang ditentukan menyimpang dari harga pasar. Selain pajak ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Dalam pasal 1 ayat 8 Undang- Undang No 25 Tahun 2007 disebutkan bahwa modal asing adalah modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing dan badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Menurut PSAK No 15 (Revisi 2013) pemegang saham pengendali adalah entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan. Ketika kepemilikan saham dimiliki oleh pihak asing semakin besar maka pemegang saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam mengendalikan perusahaan dimana keputusan tersebut di ambil sebagai upaya untuk keuntungan pribadi di banding keuntungan bersama termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing* (Sari, 2012).

Menurut Hartati dkk (2015) *Tunneling insentive* 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. *Tunneling insentive* merupakan masalah keagenan yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Hal ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali untuk membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri tanpa memperdulikan pemegang saham minoritas (Nugraha, 2016). Salah satu contoh kegiatan *tunneling insentive* adalah menetapkan harga yang tidak wajar dimana divisi satu membeli persediaan bahan baku dengan anggota divisi dua perusahaan dengan harga yang lebih rendah dibawah harga pasar dimana hal tersebut akan berdampak terhadap laba yang akan dihasilkan divisi dua, semakin kecil laba yang dihasilkan anggota divisi dua maka akan semakin kecil dividen yang akan diterima anggota divisi dua.

Menurut Refgia dkk (2017) mekanisme bonus adalah suatu imbalan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan yang telah dicapai dan sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan besarnya laba akan membuat manager berupaya untuk melakukan manipulasi laba guna untuk mendapatkan penghargaan bonus yang besar. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan selain untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar juga sebagai dasar untuk meningkatkan laba perusahaan, pemilik perusahaan akan melihat laba secara keseluruhan maka logis jika para manager melakukan rekayasa laba untuk menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Apabila target laba perusahaan tercapai maka pemilik perusahaan akan memberikan bonus kepada manager sebagai apresiasi dari kinerja yang telah dilakukan manager dalam mengelola perusahaan. Salah satu upaya yang dilakukan manager perusahaan guna untuk mendapatkan mekanisme bonus yang tinggi adalah dengan melakukan transaksi kepada anggota divisinya dengan harga beli di bawah harga pasar atau penjualan dengan harga yang tinggi sebagai upaya manager untuk memanajemen laba perusahaan, jika laba perusahaan tinggi maka secara otomatis bonus yang akan didapatkan juga semakin tinggi.

Kasus praktik *transfer pricing* di Indonesia yaitu PT Toyota Motor Manufacturing dalam kasusnya, PT Toyota Manufacturing Indonesia melakukan penjualan ekspor kepada unit bisnisnya Toyota Motor Asia Pacific Pte.,Ltd yang bermarkas di Singapura dengan harga tak lazim (dibawah harga pasar). Negara Singapura dipilih karena di Singapura tarif PPh Badannya paling rendah di Asia Tenggara yakni 15% sampai dengan 17%. Penjualan ekspor ini menyebabkan PT Toyota Manufacturing Indonesia menanggung kerugian dari hasil penjualan tersebut dan secara otomatis membuat beban pajak penghasilan yang dibayarkan kepada Negara menjadi berkurang. Berdasarkan perhitungan Direktorat Jendral Pajak (DJP) kerugian negara yang timbul akibat praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT Toyota Manufacturing Indonesia sebesar 1,22 triliun atas penghasilan kena pajak (PKP) Tahun 2007 dan 2008 masing- masing sebesar Rp 975 miliar pada tahun 2007 dan Rp 2,45 Triliun pada tahun 2008 (Suprianto dan Pratiwi 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, *Tunneling Incentive* Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*”

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing

Transfer pricing sering kali digunakan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang seharusnya dibayar. Dalam praktik *transfer pricing* perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban pajaknya dari negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Perusahaan multinasional melakukan transaksi kepada pihak berelasi atau yang mempunyai hubungan istimewa dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dengan harapan dapat menekan beban pajak yang harus dibayar (Rudiana 2017). Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut sebagai upaya untuk mengoptimalkan laba.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2018) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian (Hidayat dkk, 2019) dan (Nugraha, 2016) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah, 2018) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan adalah :

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

Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing

Transfer pricing biasanya dilakukan antara perusahaan lokal dengan anak perusahaan atau pihak afiliasi yang berada diluar negeri, hal ini sering terjadi dikarenakan biasanya perusahaan multinasional banyak mendirikan cabang atau anak perusahaan mereka diberbagai negara sebagai upaya untuk memperkuat strategi bisnisnya. Ketika adanya praktik bisnis yang sering dilakukan antara perusahaan lokal dengan perusahaan asing hal inilah yang membuat adanya ketertarikan pihak asing untuk menyertakan modalnya dengan perusahaan yang berada di Indonesia. Ketika pihak asing menyertakan modalnya hal inilah yang akan menimbulkan struktur kepemilikan asing dimana sebagian atau seluruh sahamnya dalam suatu perusahaan dimiliki oleh pihak asing, saat kepemilikan saham dimiliki oleh pihak asing sebesar 20% atau lebih hal inilah yang dinamakan dengan pemegang saham pengendali asing.

Menurut Dynaty dalam Nurjanah dkk (2015) semakin tinggi hak kendali yang dimiliki pemegang saham pengendali asing, memungkinkan pemegang saham pengendali asing melakukan praktik *transfer pricing* kepada pihak berelasi yang bersifat merugikan pemegang saham non pengendali dan menguntungkan pemegang saham pengendali asing. Pemegang saham pengendali asing menjual produk dari perusahaan yang dikendalikan ke perusahaan pribadinya dengan harga dibawah harga pasar. Hal tersebut dilakukan pemegang saham pengendali asing dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi dan pemegang saham non pengendali ikut menanggung kerugian dari transaksi *transfer pricing* tersebut. Pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* didukung oleh penelitian yang dilakukan (Kiswanto dkk, 2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suprianto dan Pratiwi 2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing

Praktik *transfer pricing* yang dilakukan kebanyakan perusahaan selain untuk kepentingan internal perusahaan juga sebagai upaya untuk kesejahteraan individu dimana banyak pihak internal perusahaan melakukan *transfer pricing* guna untuk mencapai kepentingan dirinya sendiri. Salah satunya adalah pemegang saham mayoritas melakukan mengalihan aset atau laba dengan tujuan untuk mendapatkan profit yang lebih tinggi namun pemegang saham minoritas ikut serta menanggung biayanya atau yang lebih dikenal dengan nama *tunneling incentive*. Kegiatan *tunneling* ini biasanya dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan melakukan transaksi kepada anggota divisi atau sesama anak perusahaan, transaksi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lainnya dengan ketentuan harga yang tidak wajar. Praktik *transfer pricing* ini jelas sangat memberikan keuntungan bagi pemegang saham mayoritas misalnya perusahaan anak membeli persediaan di perusahaan induk dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar maka hal tersebut akan mempengaruhi laba yang diterima perusahaan anak karena adanya beban biaya bahan baku yang besar sedangkan perusahaan induk sangat diuntungkan dari kegiatan transfer tersebut.

Dari kegiatan *transfer pricing* tersebut pemegang saham minoritas sangat dirugikan, dividen yang akan mereka terima semakin kecil dan ada kemungkinan tidak terbaginya dividen. Pemegang saham mayoritas akan selalu berupaya untuk menghasilkan laba yang tinggi, salah satunya dengan *transfer pricing*. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2018) (Hidayat dkk, 2019) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah, 2018) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Mekanisme Bonus berdasarkan laba merupakan hal yang paling banyak dilakukan perusahaan sebagai upaya pemberian penghargaan kepada anggota manajer atau direksi. Menurut Ayu dkk (2017) pemilik perusahaan biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya akan menjadi semakin tinggi. Dengan adanya mekanisme bonus maka manajer akan semakin giat mencari cara untuk meningkatkan laba perusahaan agar mereka menerima bonus yang semakin besar.

Dalam *bonus plan hypothesis* manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Salah satu cara manajer untuk meningkatkan laba adalah dengan praktik *transfer pricing*, manajer menjual persediaan kepada perusahaan satu grup dengan harga yang tidak wajar dari harga pasaran sebagai upaya untuk meningkatkan laba. Semakin tinggi keinginan manajer untuk mendapatkan bonus maka semakin tinggi pula kemungkinan manajer untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rachmat, 2019) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2018) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H4 : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan yang diakses melalui web site resmi www.idx.co.id. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi logistik. Dalam melakukan analisis regresi logistik, dilakukan pengujian kelayakan model regresi, uji kesesuaian keseluruhan model regresi, uji omnibus, uji koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2019 yaitu sebanyak 165 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non profitability sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel dengan mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu yang bertujuan agar sampel yang didapatkan dalam penelitian cukup mewakili populasi. Sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 37 perusahaan dikalikan dengan 3 tahun periode pengamatan yaitu tahun 2017 – 2019 sehingga sampel akhir yang didapatkan adalah sebanyak 111 perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Transfer Pricing

Transfer pricing dihitung dengan pendekatan dikotomi, yaitu dengan melihat adanya penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa. Untuk perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa diberi nilai 1 dan untuk perusahaan yang tidak melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa akan diberi nilai 0, oleh karena itu peneliti akan menggunakan pendekatan dikotomi dalam mengukur variabel *transfer pricing* (Yuniasih dkk, 2012)

Pajak

Pajak adalah jumlah yang harus dibayarkan oleh perusahaan yang menjadi kewajiban perusahaan atas kegiatan mengumpulkan, menghasilkan dan memelihara dari menjalankan operasi perusahaan di daerah pabean dalam suatu tahun pajak. Pajak dalam penelitian ini dihitung dengan proksi *Effective tax rate (ETR)*. Pengukuran variabel ini dilakukan dengan menggunakan skala rasio. Menurut (Aurinda, 2018) tarif pajak perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing (Refgia dkk, 2017). Kepemilikan asing adalah pemegang saham pengendali asing yang memiliki saham perusahaan sebesar 20% atau lebih sehingga memiliki pengaruh terhadap pengendalian perusahaan (Nurjanah dkk, 2015). Kepemilikan saham asing dapat diukur dengan menggunakan skala rasio. Menurut Farrooque dkk (2007) Skala rasio yang digunakan adalah kepemilikan saham asing dibagi dengan jumlah saham beredar, untuk itu peneliti juga menggunakan skala rasio yang sama :

$$KA = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Asing}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah aktivitas pengalihan aset dan laba keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Brundy dkk, 2014). *Tunneling incentive* pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham di atas 20% atau lebih yang merupakan pemegang saham pengendali. Entitas dianggap berpengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap entitas lainnya apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 15. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih dkk (2012) variabel *tunneling incentive* dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Mekanisme Bonus

Menurut Hartati dkk (2015) mekanisme bonus adalah suatu komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja yang baik. Dalam penelitian (Hartati dkk, 2014) mekanisme bonus diukur dengan menggunakan skala rasio. Rasio yang digunakan adalah Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) maka peneliti juga akan menggunakan skala ukur rasio ITRENDLB.

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian pertama yang dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji kelayakan model regresi, uji kesesuaian keseluruhan model regresi, uji omnibus, uji koefisien determinasi, uji sig wald.

Uji Multikolinearitas

Hasil dari uji multikolinearitas dengan matriks korelasi menyatakan nilai koefisien korelasi antar variabelnya tidak lebih dari 0.8 jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas yang terjadi antar variabel bebasnya.

Uji Kelayakan Model Regresi

Hasil dari uji kelayakan model regresi menyatakan nilai Chi-Square sebesar 5.997 dengan signifikansi sebesar 0.648. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan mampu memprediksi nilai observasinya berarti tidak ada perbedaan antara model dengan data. Hal ini berarti model regresi layak digunakan dalam analisis selanjutnya karena model cocok dengan data.

Uji Kesesuaian Keseluruhan Model Regresi (*Overall Model Fit Test*)

Hasil uji *overall model fit test* menyatakan adanya penurunan yang signifikan nilai *-2 Log likelihood Block Number = 0* sebesar 46.683 menjadi 37.048 pada model *-2 Log likelihood Block Number = 1* setelah masuknya variabel independen, dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan memasukkan semua variabel independen lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan *fit* dengan data.

Uji Omnibus

Berdasarkan hasil dari uji omnibus menyatakan bahwa nilai *Chi-Square* hitung yang diperoleh sebesar 9.634 lebih besar dari *Chi-Square Tabel* untuk *df (degree of freedom)* 4 yaitu sebesar 9.487. Selain dari membandingkan nilai *Chi-Square* hitung dengan *Chi-Square Tabel* juga dapat dilihat dengan nilai signifikansi sebesar 0.047 dimana lebih kecil dari *alpha (α)* 0.05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu pajak, kepemilikan asing, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing*.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari uji koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.242 yang berarti bahwa variabel *transfer pricing* dapat dijelaskan oleh variabel pajak, kepemilikan asing, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus sebesar 24.2 % sedangkan sisanya sebesar 75.8 % dijelaskan oleh variabel independen lainnya diluar model penelitian ini.

Uji Sig Wald

Hasil pengujian hipotesis dapat diketahui besarnya nilai koefisien regresi variabel pajak sebesar 2.463 dengan nilai signifikansi sebesar 0.562. Tingkat signifikansi sebesar 0.562 atau lebih dari 0.05 yang menyatakan bahwa variabel pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hipotesis pertama (**H₁**) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* tidak didukung. Nilai beta positif yang dihasilkan sebesar 2.463 menyatakan adanya hubungan positif antara pajak dengan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang berarti semakin tinggi beban pajak yang harus dibayarkan suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Koefisien regresi variabel kepemilikan asing sebesar -4.373 dengan nilai signifikansi sebesar 0.182. Tingkat signifikansi sebesar 0.182 atau lebih dari 0.05 yang menyatakan bahwa variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hipotesis kedua (**H₂**) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* tidak didukung. Nilai beta yang dihasilkan sebesar -4.373 menyatakan adanya hubungan negatif antara kepemilikan asing dengan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang berarti semakin tinggi kepemilikan asing suatu perusahaan maka semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Koefisien regresi variabel *tunneling incentive* sebesar 2.984 dengan nilai signifikansi sebesar 0.363. Tingkat signifikansi sebesar 0.363 atau lebih dari 0.05 yang menyatakan bahwa variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hipotesis ketiga (**H₃**) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* tidak didukung. Nilai beta positif yang dihasilkan sebesar 2.984 menyatakan adanya hubungan positif antara *tunneling incentive* dengan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang berarti semakin tinggi *tunneling incentive* suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Koefisien regresi variabel mekanisme bonus sebesar -2.342 dengan nilai signifikansi sebesar 0.012. Tingkat signifikansi sebesar 0.012 atau kurang dari 0.05 yang menyatakan bahwa variabel mekanisme bonus berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hipotesis keempat (**H₄**) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* didukung. Nilai beta yang dihasilkan sebesar -2.342 menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara mekanisme bonus dengan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dimana semakin kecil pencapaian laba bersih suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Pembahasan

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara signifikan pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* namun nilai koefisien regresi positif sebesar 2.463 yang menyatakan bahwa ada hubungan

positif antara pajak dengan *transfer pricing* dimana semakin tinggi beban pajak dalam sebuah perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Jika nilai yang dihasilkan variabel pajak semakin mendekati 1 maka tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tersebut semakin tinggi namun jika nilai yang dihasilkan semakin mendekati 0 maka hal tersebut menyatakan bahwa tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan semakin kecil. Hasil pengujian statistik deskriptif menyatakan perusahaan dengan ETR tertinggi sebesar 2.36 yaitu perusahaan GDYR (Good Year Indonesia Tbk) pada tahun 2017 dengan nilai *transfer pricing* 1 hal tersebut menyatakan adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 2.36 lebih besar dari 1. Perusahaan dengan ETR terendah sebesar 0.02 yaitu perusahaan TKIM (Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk) pada tahun 2018 dengan nilai *transfer pricing* 1 yang menyatakan bahwa tidak adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 0.02 lebih kecil dari 1.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2016) yang menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Saebani (2018) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan tidak menjadikan alasan praktik *transfer pricing* sebagai upaya untuk meminimalkan pembayaran pajak hal ini dikarenakan Direktur Jendral Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajiban dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa dan melakukan kerja sama dengan pihak otoritas pajak yang berada dinegara lain untuk menentukan harga transaksi antar pihak- pihak yang mempunyai hubungan istimewa, sebagai mana telah diatur dalam Pasal 18 Undang- Undang No 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan. Peraturan inilah yang memicu perusahaan tidak menjadikan alasan praktik *transfer pricing* sebagai upaya untuk meminimalkan pembayaran pajak karena pihak otoritas pajak berwenang menentukan kembali besarnya penghasilan kena pajak atas transaksi yang dilakukan perusahaan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau pihak berelasi.

Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara signifikan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* dan hal ini didukung dengan nilai koefisien negatif yang dihasilkan sebesar -4.373 menyatakan adanya hubungan negatif antara kepemilikan asing dengan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang berarti semakin tinggi kepemilikan asing suatu perusahaan maka semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Jika nilai yang dihasilkan variabel kepemilikan asing semakin mendekati 1 maka tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tersebut semakin tinggi namun jika nilai yang dihasilkan semakin mendekati 0 maka hal tersebut menyatakan bahwa tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan semakin kecil. Hasil pengujian statistik deskriptif menyatakan bahwa perusahaan dengan KA tertinggi sebesar 1.00 yaitu perusahaan BATA (Sepatu Bata Tbk) pada tahun 2017 dengan nilai *transfer pricing* 1 hal tersebut menyatakan adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 1.00 sama dengan 1 atau bisa dikatakan hampir seluruh kepemilikan saham perusahaan Sepatu Bata Tbk dimiliki oleh pihak asing. Perusahaan dengan KA terendah sebesar 0.12 yaitu perusahaan KBLI (KMI Wire and Kalbe Tbk) pada tahun 2019 dengan nilai *transfer pricing* 1 yang menyatakan bahwa tidak adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 0.12 lebih kecil dari 1.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nancy dan Anna (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dicky dan Raisa yang menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan terdapat pemilik saham pengendali lain yang bersifat non asing yang berada pada perusahaan sampel dimana dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak asing belum tentu dapat membuat pemegang saham dalam posisi yang kuat untuk mengendalikan perusahaan termasuk membuat kebijakan *transfer pricing* karena disisi lain kebijakan *transfer pricing* dipertimbangkan dalam sebuah perusahaan apakah memberikan pengaruh yang positif bagi perusahaan atau sebaliknya. Pemegang saham asing tidak hanya menginginkan laba yang besar

dari perusahaan pribadinya namun juga dari perusahaan yang telah mereka investasikan modalnya agar dapat mengembalikan modal saham awalnya.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Secara signifikan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* namun nilai koefisien regresi positif sebesar 2.984 yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara *tunneling incentive* dengan *transfer pricing* dimana semakin tinggi jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham mayoritas dalam sebuah perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Jika nilai yang dihasilkan variabel *tunneling incentive* semakin mendekati 1 maka tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tersebut semakin tinggi namun jika nilai yang dihasilkan semakin mendekati 0 maka hal tersebut menyatakan bahwa tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan semakin kecil. Hasil pengujian statistik deskriptif menyatakan perusahaan dengan TNC tertinggi sebesar 1.68 yaitu perusahaan TOTO (Surya Toto Indonesia Tbk) pada tahun 2017 dengan nilai *transfer pricing* 1 hal tersebut menyatakan adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 1.68 lebih dari nilai 1. Perusahaan dengan TNC terendah sebesar 0.12 yaitu perusahaan KBLI (KMI Wire and Calbe Tbk) pada tahun 2019 dengan nilai *transfer pricing* 1 yang menyatakan bahwa tidak adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 0.12 lebih kecil dari 1.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wastam, dkk (2019) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2016) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan berusaha untuk menstabilkan laba perusahaan dengan *transfer pricing* tanpa adanya konflik dalam perusahaan. Pemegang saham pengendali yang melakukan pengalihan sumber daya akan menyebabkan dividen kas yang dibayarkan akan semakin kecil yang berdampak terhadap pemegang saham non pengendali. Konflik yang timbul antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham non pengendali tersebut terjadi akan berdampak tidak baik bagi nilai perusahaan terutama dimata masyarakat dan pemerintah dan hal tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi pihak investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hal inilah yang memungkinkan pemegang saham mayoritas tidak memilih *transfer pricing* sebagai upaya untuk meningkatkan keuntungan divisinya karena resiko yang diterima lebih besar dibandingkan hasilnya.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa tingkat signifikansi yang dimiliki oleh variabel mekanisme bonus $0.012 < 0.05$ dan koefisien regresi sebesar -2.342 yang menyatakan bahwa mekanisme bonus secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Koefisien regresi negatif yang dihasilkan sebesar -2.342 yang menyatakan bahwa semakin rendah pencapaian laba bersih tahun t dalam sebuah perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Jika nilai yang dihasilkan variabel mekanisme bonus semakin mendekati 1 maka tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tersebut semakin tinggi namun jika nilai yang dihasilkan semakin mendekati 0 maka hal tersebut menyatakan bahwa tindakan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan semakin kecil. Hasil pengujian statistik deskriptif menyatakan bahwa perusahaan dengan MB tertinggi sebesar 34.37 yaitu perusahaan INDR (Indorama Synthetics Tbk) pada tahun 2018 dengan nilai *transfer pricing* 1 hal tersebut menyatakan adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 34.37 lebih dari 1. Perusahaan dengan MB terendah sebesar 0.0015 yaitu perusahaan SMGR (Semen Indonesia Persero Tbk) pada tahun 2018 dengan nilai *transfer pricing* 1 yang menyatakan bahwa tidak adanya indikasi tindakan *transfer pricing* karena nilai 0.0037 lebih kecil dari 1.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Angga (2016) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Winda, dkk (2015) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Hasil penelitian ini didukung dengan teori akuntansi positif yang menyatakan bahwa pihak manajer akan berusaha untuk mendapatkan bonus yang besar dari perusahaan dengan cara mengubah

laba yang dilaporkan. Untuk memaksimalkan laba secara keseluruhan maka para manajer berupaya untuk meningkatkan laba menggunakan prosedur *bonus plan hypothesis* dengan taktik praktik *transfer pricing*. Jika laba yang dihasilkan dalam sebuah perusahaan tercapai sesuai dengan target yang diberikan pemilik perusahaan maka manajer tidak hanya mendapatkan bonus yang tinggi juga sebagai upaya untuk menjaga citra manajer dengan pemilik perusahaan. Dari sisi kepentingan para manajer praktik *transfer pricing* ini mempunyai banyak keuntungan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, kepemilikan asing, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2019). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan analisis regresi logistik maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan regulasi perpajakan menentukan besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang melakukan transaksi kepada pihak berelasi atau yang mempunyai hubungan istimewa berdasarkan kewajaran dan kelaziman usaha.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini karena adanya pemegang saham pengendali non asing yang dapat mengendalikan perusahaan dimana mempunyai kepemilikan saham yang jauh lebih besar dibanding kepemilikan saham oleh pihak asing.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan akan selalu berupaya untuk meningkatkan laba tanpa harus adanya konflik yang timbul antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham non pengendali yang akan berdampak terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan para manajer menggunakan prosedur akuntansi dengan *bonus plan hypothesis* dengan menggunakan perubahan laba periode masa depan ke periode masa kini agar dapat tercapainya laba bersih secara keseluruhan.

Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian dimasa yang akan mendatang antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi dalam penelitian agar sampel yang didapatkan semakin banyak dan dapat memberikan hasil yang lebih maksimal misalnya perusahaan manufaktur dengan sektor pertambangan atau sektor kimia ataupun sub sektor makanan dan minuman kemudian membandingkan praktik *transfer pricing* disetiap sub sektor, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui sektor mana saja yang paling banyak melakukan *transfer pricing*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencari skala ukur yang berbeda dari penelitian ini sehingga dapat menghasilkan nilai yang lebih akurat dari setiap variabel penelitian.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor- faktor lain yang memungkinkan ikut serta mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*, serta dapat menambah variabel moderasi dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi tersebut memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

6. REFERENSI

- [1] Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). *Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 - 2017)*, 1.
- [2] Aurinda, N. U. (2018). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. Universitas Bandar Lampung. 1-60
- [3] Ayu, G., Surya, R., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. E- Journal Akuntansi Universitas Udayana, 19, 1000- 1029.
- [4] Brundy, Edwin Pratama dan L Gede Siswantaya. 2014. Pengaruh Mekanisme Pengawasan Terhadap Aktivitas Tunneling. *Simposium Nasional Akuntansi 17* Universitas Mataram, Lombok
- [5] Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Vol 18 No 1A*.
- [6] Hartati, Winda, Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimazation, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 18 Medan*.
- [7] Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan *transfer pricing* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen No 15 No 1*.
- [8] Kiswanto, Nancy dan Anna Purwaningsih. (2014) Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013
- [9] Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling incentive* dan ukuran perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing di BEI Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara Vol 1 No 12*.
- [10] Kurniawan, A. M. (2015). *Transfer Pricing Untuk Kepentingan Pajak, Andi Offset*, Yogyakarta.
- [11] Nurjanah, I., Isnawati, & Sondakh, A. G. (2015). Faktor Determinan Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Jurnal SNA*.
- [12] Nugraha, Angga Kusuma. (2016). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan Multinasional Yang Listing di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Semarang.
- [13] *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 15*. (2013 Revisi). Investasi Pada Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama.
- [14] Refgia, Thesa, Ratnawati, Vince, & Rusli. (2017). *Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing*, 4 (1).
- [15] Rahmawati, E. Y. (2018). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2013 - 2016)*. Sidoarjo : Universitas Muhammadiyah.

- [16] Rachmat, R. A. (2019). *Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017*. Bandung : Universitas Widyatama.
- [17] Sumarsan, & Thomas. (2013). *Tax Review dan Strategi Perencanaan Pajak* . Jakarta: Indeks.
- [18] Stephanie, & Sistomo . (2017). *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur di BEI, Fundamental Management*, (1),63-69.
- [19] Sari, R.C (2012). "Model Penilaian Transaksi Pihak Berelasi yang Terindikasi Tunneling: Bukti Empiris Pada Transaksi Pihak Berelasi di Indonesia". *Jurnal Penelitian Humaniora*. Vol. 17, No.2. Oktober 2012
- [20] Suprianto , D., & Pratiwi, R. (2016). *Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2016*, 2.
- [21] Undang - Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan
- [22] *Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanam Modal Asing*.
- [23] Yuniasih, Ni Wayan, Ni Ketut Rasmini dan Made Gede Wirakusuma. "Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia" . *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi Unikal XV*, 2012.