

Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Nurul Afifah Agustina

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pekalongan

Email: nurulafifahagustina@gmail.com

Abstrak

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dari transfer pricing adalah untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan dan transaksi transfer pricing merupakan transaksi yang legal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa multinasionalitas dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan untuk pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing.

Kata kunci: Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus.

Abstract

Transfer pricing is a company policy in determining the transfer price of a transaction, whether it is goods, services, intangible assets, or financial transactions carried out by the company. The purpose of transfer pricing is to assess the performance between members or company divisions and transfer pricing transactions are legal transactions. The purpose of this research is to examine and analyze the effect of tax, multinationality, firm size, profitability, and bonus mechanism on the company's decision to conduct transfer pricing. The population in this study were manufacturing sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014 - 2017. Sampling method in this study used the Purposive Sampling method. There are 8 companies that comply the sampling criteria. This study uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that multinationality and company size proved to be positive and have significant effect on the company's decision to conduct transfer pricing. Whereas tax, profitability, and the bonus mechanism does not have a significant effect on the company's decision to conduct transfer pricing.

Keywords: *Tax, Multinationality, Company measurement, Profitability, bonus mechanism*

1. PENDAHULUAN

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intra-company transfer pricing* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) (Saraswati dan Sujana, 2017). Tujuan dari *transfer pricing* adalah untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan dan transaksi *transfer pricing* merupakan transaksi yang legal.

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Peraturan tersebut memuat hal-hal sebagai berikut; pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam transaksi yang tidak *arm's length*. *Arm's length* adalah harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar. Hubungan istimewa tersebut dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha (kemenkeu.go.id).

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel, yaitu pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus. Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan (Rosa, dkk, 2017). Pajak menjadi penyumbang cukup besar bagi pemerintah, tetapi bagi perusahaan pajak merupakan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Beban pajak yang tinggi tentunya dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiyanti (2018), Nurjanah, dkk (2015), dan Saraswati dan Sujana (2017) berhasil membuktikan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016), Rosa, dkk (2017), dan Sari dan Mubarak (2018) menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Perusahaan yang bergerak secara multinasionalitas, secara alami pasti melakukan transaksi yang berhubungan dengan *transfer pricing*. Hal ini disebabkan karena adanya transaksi antar perusahaan pada negara yang berbeda dan memiliki tarif pajak yang berbeda (Ramadhan dan Kustiani, 2017). Skema *transfer pricing* yang sering dilakukan oleh banyak perusahaan multinasional adalah dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya relatif rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiyanti (2018), Richardson, *et al* (2013) dan Ramadhan dan Kustiani (2017) membuktikan multinasionalitas berpengaruh positif terhadap praktik *transfer pricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Waworuntu dan Hadisaputra (2016) menunjukkan hasil multinasionalitas berpengaruh negatif terhadap praktik *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan merupakan sebuah nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Ananta dan Sulistiyanti (2018), semakin besar ukuran

perusahaan, semakin tinggi aktivitas usaha dan transaksi keuangan yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiyanti (2018) dan Nurjanah, dkk (2015) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap praktik *transfer pricing*. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) dan Ramadhan dan Kustiani (2017), menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap praktik *transfer pricing*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* adalah profitabilitas. Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut yaitu penelitian yang dilakukan Ananta dan Sulistiyanti (2018) dan Sari dan Mubarak (2018) menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik *transfer pricing*, sedangkan penelitian yang tidak mendukung pernyataan tersebut yaitu penelitian yang dilakukan oleh Waworuntu dan Hadisaputra (2016) dan Ramadhan dan Kustiani (2017) menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh negatif terhadap praktik *transfer pricing*.

Menurut Purwanti (2010) dalam Sari dan Mubarak (2018), tantiem atau bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus tersebut akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba dimana manajer akan memaksimalkan laba bersih untuk memaksimalkan bonus yang didapatnya. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah, dkk (2015), dan Melmusi (2016) yang menunjukkan mekanisme bonus berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosa, dkk (2017), Saraswati dan Sujana (2017), dan Mispriyanti (2015) yang menunjukkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

2. METODE

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional (*correlational research*). Penelitian korelasional adalah penelitian yang akan menguji keterkaitan antar variabel baik dalam bentuk hubungan maupun pengaruh (Nurhayati, 2012:8). Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menguji keterkaitan antara variabel dependen yaitu praktik *transfer pricing* dengan variabel independen yaitu pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui hasil pengujian mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen tersebut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka dan dapat dihitung atau diukur secara langsung. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode dokumentasi yang merupakan metode dengan mengumpulkan catatan peristiwa yang telah lalu. Data pendukung lainnya diperoleh dengan metode studi pustaka dari jurnal-jurnal ilmiah, dan literatur yang memuat pembahasan berkaitan dengan penelitian ini. Data dalam penelitian ini berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 – 2017 secara berturut-turut. Sumber data didapat dari www.idx.co.id dan website perusahaan terkait.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2017. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Metode pengukuran masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*, yaitu suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dan dapat terjadi pada antar divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau dengan perusahaan yang ada di luar negeri. Praktik *transfer pricing* diproksikan dengan transaksi penjualan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan melihat piutang atas transaksi pihak berelasi dibagi dengan total piutang (Ananta dan Sulistiyanti, 2018). Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang kepada pihak berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

2. Variabel Independen

a. Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib kepada yang terutang oleh orang pribadi maupun badan usaha yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang dan pajak digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Waluyo dan Wirawan, 2002:6). Di dalam penelitian ini pajak diproksikan dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). ETR dihitung dengan membandingkan total beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak. ETR dirumuskan sebagai berikut :

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

b. Multinasionalitas

Perusahaan multinasional atau *multinational corporation* adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di dua negara atau lebih, sehingga dalam aktivitas utamanya melibatkan lebih dari dua mata uang yang berbeda. Umumnya perusahaan multinasional memiliki kantor pusat di suatu negara dan didukung oleh beberapa anak perusahaan di beberapa negara (Sartono, 2012:4). Variabel multinasionalitas diproksikan dengan melihat jumlah anak perusahaan yang ada di luar negeri dibagi dengan total anak perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan (Waworuntu dan Hadisaputra, 2016). Multinasionalitas dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Multinasionalitas} = \frac{\text{jumlah anak perusahaan dan perusahaan afiliasi di luar negeri}}{\text{total anak perusahaan dan perusahaan afiliasi}}$$

c. Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan akan diukur dengan menggunakan total aset karena nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan penjualan. Total aset adalah segala sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan memberi manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa yang akan datang (Melmusi, 2016). Ukuran perusahaan diproksikan dengan jumlah aset yang dimiliki

oleh perusahaan dengan menggunakan logaritma natural dari nilai total aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam laporan posisi keuangan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LOG (Total Aset)}$$

d. Profitabilitas

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Sari dan Mubarak (2018) profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Salah satu rasio yang terdapat pada rasio profitabilitas adalah *Return On Asset (ROA)*. *Return On Asset* adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan keuntungan (laba bersih) yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau jumlah aset. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Asset*. Pengukuran ROA menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

e. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan pemberian bonus atau imbalan di luar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut. Pemilik perusahaan biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi (Saraswati dan Sujana, 2017). Variabel mekanisme bonus diprosikan dengan indeks trend laba bersih (ITRENDLB). Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1} \times 100\%$$

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS statistic 20. Ada beberapa tahap untuk melakukan analisis data yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), Uji F dan Uji t. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = *Transfer Pricing*

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien masing-masing X₁, X₂, X₃, X₄, X₅

X₁ = Pajak

X₂ = Multinasionalitas

| | |
|----------------|-----------------------|
| X ₃ | =Ukuran Perusahaan |
| X ₄ | =Profitabilitas |
| X ₅ | =Mekanisme Bonus |
| e | =Standar <i>error</i> |

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan deskripsi tentang data setiap variabel-variabel penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini. Data tersebut meliputi jumlah data, nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

Berdasarkan pengolahan data di SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Variabel *Transfer Pricing* (Y) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 0,001, nilai maksimum (terbesar) sebesar 0,490 dan *mean* (rata-rata) sebesar 0,13909. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini adalah 0,158032.
2. Variabel Pajak (X1) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 0,108, nilai maksimum (terbesar) sebesar 0,576, dan *mean* (rata-rata) sebesar 0,26144. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini 0,079288.
3. Variabel Multinasionalitas (X2) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 0,0208, nilai maksimum (terbesar) sebesar 0,500, dan *mean* (rata-rata) sebesar 0,200667. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini 0,1417152.
4. Variabel Ukuran Perusahaan (X3) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 26,98, nilai maksimum (terbesar) sebesar 33,32, dan *mean* (rata-rata) sebesar 30,1953. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini 1,99517.
5. Variabel Profitabilitas (X4) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 0,026, nilai maksimum (terbesar) sebesar 0,359, dan *mean* (rata-rata) sebesar 0,12353. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini 0,90639.
6. Variabel Mekanisme Bonus (X5) dengan jumlah (n) sebanyak 32 memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 45,050, nilai maksimum (terbesar) sebesar 153,060, dan *mean* (rata-rata) sebesar 103,27069. Standar deviasi (simpangan baku) variabel ini 25,162476

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah multikolinearitas pada model regresi, adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10.

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan semua nilai VIF dibawah 10 atau nilai *tolerance* di atas 0,10 berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model dalam penelitian ini

b. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2013 :110).

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS diperoleh hasil nilai Durbin Watson sebesar 1,943. Oleh karena itu, nilai DW berada diantara nilai 4-du, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang diajukan tidak terdapat autokorelasi

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:139).

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS diperoleh hasil nilai signifikansi $0,256 > 0,05$; $0,218 > 0,05$; $0,103 > 0,05$; $0,071 > 0,05$; dan $0,461 > 0,05$. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yaitu variabel multinasionalitas yang memiliki nilai signifikansi $0,009 < 0,05$, meskipun demikian dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas data residual, karena jika residual tidak berdistribusi normal, maka uji statistik menjadi tidak valid. Kriteria pengujian jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > α (0,05) maka data tersebut berdistribusi normal.

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS diperoleh hasil nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* 0,369. Nilai signifikansi tersebut $0,369 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa distribusi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi normal.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* digunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1,377 | ,479 | | -2,873 | ,008 |
| | Pajak | ,051 | ,345 | ,025 | ,147 | ,884 |
| | Multinasionalitas | ,844 | ,206 | ,757 | 4,104 | ,000 |
| | Ukuran Perusahaan | ,040 | ,014 | ,511 | 2,869 | ,008 |
| | Profitabilitas | ,242 | ,265 | ,139 | ,915 | ,369 |
| | Mekanisme Bonus | ,001 | ,001 | ,124 | ,773 | ,446 |

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS, maka model regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = - 1,377 + 0,051X_1 + 0,844X_2 + 0,040X_3 + 0,242X_4 + 0,001X_5 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda secara statistik dapat diartikan sebagai berikut :

a. Konstanta = - 1,377

Nilai konstanta negatif menunjukkan pengaruh negatif variabel independen (pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan mekanisme bonus). Bila variabel independen naik atau berpengaruh satu satuan, maka variabel *transfer pricing* akan turun sebesar 1,377.

b. Nilai besaran koefisien mempunyai nilai beta variabel pajak (X1), Multinasionalitas (X2), Ukuran Perusahaan (X3), Profitabilitas (X4), dan Mekanisme Bonus (X5) sebesar 0,051, 0,844, 0,040, 0,242, dan 0,001 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa kelima variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* (Y). Hal ini menunjukkan apabila kelima variabel tersebut mengalami kenaikan satu-satuan dan variabel lain dianggap tetap maka akan akan menaikkan *transfer pricing* sebesar 0,051, 0,844, 0,040, 0,242, dan 0,001.

Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mencari secara signifikan dari pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan mekanisme bonus terhadap *Transfer Pricing* secara simultan (bersamaan).

Dari pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh hasil nilai signifikansi 0,004. Karena nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan mekanisme bonus terhadap *Transfer Pricing*.

b. Hasil Uji Statistik t

Pengujian secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara sendiri-sendiri (parsial).

Berdasarkan pengolahan data dalam SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan semua variabel independen menunjukkan arah positif. Variabel multinasionalitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *transfer pricing* karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *transfer pricing* karena nilai signifikansinya lebih dari 0,5.

Pembahasan

Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Pajak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dilihat dari hasil tingkat pengujian 0,51 dengan signifikansi sebesar 0,884. Karena nilai signifikansi $0,884 > 0,05$, maka secara parsial Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hasil yang tidak signifikan ini berarti menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidaklah menjadi mekanisme penghematan pajak yang dilakukan oleh perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Anggapan terhadap *transfer pricing* lebih dikonotasikan sebagai sesuatu yang tidak baik dan memiliki makna pejoratif, yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak dari satu perusahaan dalam suatu grup perusahaan multinasional kepada perusahaan lain dalam satu grup perusahaan yang sama di negara dengan tarif pajak lebih rendah. Tentunya perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* tidak hanya untuk melakukan mekanisme penghematan pajak tetapi untuk tujuan lainnya, yaitu ;

- a. Efisiensi Produksi
- b. Merupakan perintah dari induk perusahaan
- c. Tertera dalam kontrak kerjasama dengan pihak lain
- d. Mengamankan posisi kompetitif
- e. Evaluasi kinerja anak perusahaan yang ada di luar negeri
- f. Mengatur *cash flow* anak perusahaan yang memadai
- g. Dan lain-lain

Berdasarkan tujuan *transfer pricing* diatas dapat diketahui bahwa perusahaan tidak semata-mata melakukan praktik *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajaknya. Tetapi terdapat berbagai alasan lain perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* selain untuk mekanisme penghematan pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zerni Melmusi (2016) dan Mispiananti (2015) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif tetapi tidak signifikan antara pajak yang ditanggung suatu perusahaan terhadap *Transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiani (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pajak yang ditanggung suatu perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Multinasionalitas Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Multinasionalitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dilihat dari hasil tingkat pengujian 0,844 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka secara parsial Multinasionalitas berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Adanya pengaruh positif yang signifikan ini dapat diartikan sebagai peningkatan jumlah pihak berelasi diluar negeri akan menyebabkan peningkatan praktik *transfer pricing*.

Perusahaan yang bergerak secara multinasional, secara alami akan melakukan transaksi *Transfer Pricing*, karena adanya transaksi antar perusahaan pada negara yang berbeda dan memiliki tarif pajak yang berbeda (Ananta dan Sulistiantanti, 2018). Adanya perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional dimanfaatkan oleh manajer dalam mengambil keputusan *Transfer Pricing*. Perusahaan multinasional akan cenderung untuk mengalihkan laba perusahaannya ke perusahaan di negara yang pajaknya relatif rendah melalui praktik *transfer pricing*. Chan dan Chow (1997) dalam Saraswati dan Sujana (2017) juga menyatakan bahwa manajemen dapat memanfaatkan *transfer*

pricing sebagai mekanisme pengalihan keuntungan antar perusahaan guna mengurangi pajak dan mengalihkan sumber daya dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang masih satu kepemilikan,

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiani (2018) serta Ramadhan dan Kustiani (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara multinasionalitas suatu perusahaan terhadap *Transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Waworuntu dan Hadisaputra (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara multinasionalitas suatu perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dilihat dari hasil tingkat pengujian 0,040 dengan signifikansi sebesar 0,884. Karena nilai signifikansi $0,008 > 0,05$, maka secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin meningkat pula kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Juga mencerminkan bahwa perusahaan dengan aset yang besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan aset yang kecil. Perusahaan yang relative besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga manajer perusahaan akan memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiani (2018) serta Nurjanah, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara ukuran perusahaan suatu perusahaan terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zerni Melmusi (2016) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dilihat dari hasil tingkat pengujian 0,242 dengan signifikansi sebesar 0,369. Karena nilai signifikansi $0,369 > 0,05$, maka secara parsial Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi maupun perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah memiliki kemungkinan yang sama dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Tidak berpengaruhnya variabel profitabilitas terhadap praktik *transfer pricing* mungkin terjadi

karena perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing* lebih memilih membukukan kerugian dalam laporan laba ruginya dibanding dengan membukukan profitabilitas yang rendah namun masih dalam posisi laba dalam laporan laba ruginya.

Dalam ranah praktis, SE-50/PJ/2013 menyebutkan bawa salah satu tanda-tanda wajib pajak yang memiliki risiko *transfer pricing* yang tinggi adalah profitabilitas wajib pajak yang lebih rendah dibandingkan perusahaan sejenis. Oleh karena itu, seharusnya DJP (Direktorat Jenderal Pajak) tidak hanya melihat dari profitabilitas saja, namun juga harus melihat apakah perusahaan tersebut membukukan kerugian atau tidak. Selain itu, DJP juga harus turut mempertimbangkan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dan tidak hanya melakukan pemeriksaan *transfer pricing* pada perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah saja sebagaimana negara Belgia dan Kanada (Ramadhan dan Kustiani, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhan dan Kustiani (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas suatu perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananta dan Sulistiyanti (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dilihat dari hasil tingkat pengujian 0,001 dengan signifikansi sebesar 0,446. Karena nilai signifikansi $0,446 > 0,05$, maka secara parsial Mekanisme Bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Variabel mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer yang didasarkan pada besarnya laba yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dalam teori akuntansi positif tidak memiliki hubungan dengan indikasi perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Tidak berpengaruhnya variabel mekanisme bonus dalam penelitian ini mungkin terjadi karena perusahaan manufaktur memiliki mekanisme pengawasan *stakeholder* yang baik. Hal tersebut sudah diantisipasi dengan keberadaan komite audit yang memiliki kapasitas dan kemampuan di bidang akuntansi keuangan sehingga dapat mendeteksi kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh manajemen. Dengan keberadaan komite audit tentunya kecurangan-kecurangan dalam perusahaan dapat diperbaiki.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2017) dan Rosa, dkk (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif tetapi tidak signifikan antara mekanisme bonus yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap *Transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pajak yang ditanggung suatu perusahaan terhadap *transfer pricing*.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis penelitian dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan mekanisme bonus terhadap praktik *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 -2017. Hasil penelitian ini menunjukkan multinasionalitas (H2) dan ukuran perusahaan (H3) berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar proporsi anak perusahaan dan perusahaan afiliasi di luar negeri terhadap seluruh pihak berelasi yang memiliki transaksi dengan perusahaan akan semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Kemudian semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang relative besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga manajer perusahaan akan memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Variabel lainnya yaitu pajak (H1), profitabilitas (H4) dan mekanisme bonus (H5) tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 -2017. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan untuk variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H1,H4 dan H5 ditolak.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah dilakukan mengenai praktik *transfer pricing*, peneliti memiliki beberapa saran dan rekomendasi untuk selanjutnya sebagai berikut. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel perusahaan sektor lain atau memperluas sampel penelitian, tidak hanya perusahaan manufaktur saja yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga hasilnya bisa digeneralisasi. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian yang juga mempengaruhi praktik *transfer pricing* seperti variabel kepemilikan asing dan *debt covenant*. Jika memungkinkan, penelitian akan lebih baik jika dapat memastikan kondisi sebenarnya yang dialami perusahaan sehingga data yang diperoleh tidak hanya berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat memperbaharui dan memperpanjang waktu penelitian sehingga dapat menggambarkan hasil yang lebih *up to date*. Bagi pemungut pajak (fiskus) diharapkan dapat meningkatkan pengawasan pada perusahaan multinasional sehingga pelaksanaan praktik *transfer pricing* berjalan sesuai peraturan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, Melarosa C.A dan Sulistiyanti Umi. 2018. Determinan Praktik Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XXI Samarinda*.
- Anoraga, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta:Rineka Cipta
- Dwi Noviasatika; Mayowan Yuniadi dan Karjo Suhartini. 2016. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*. Volume 8, Nomor (1);1-9.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (7th ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
-

- Jensen, Michael C dan Meckling William H. 1976. Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economic*. Volume 3, Nomor (4); 305 – 360.
- Melmusi, Zerni. 2016. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Jakarta Islamic Index dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Volume 5, Nomor (2) 2016;1-12.
- Mispiyanti. 2015. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*. Volume 16, Nomor (1) 2015; 62 – 73.
- Nurhayati, Siti. 2012. *Metodologi Penelitian Praktis (2nd ed)*. Pekalongan: Unikal Press.
- Nurjanah, Ika; Isnawati dan Sondakh, Antonius G. Faktor Determinan Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing.
- Ramadhan, Muhammad Rheza dan Kustiani, Nur Aisyah. 2017. Faktor-faktor Penentu Agresivitas Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Volume 4, Nomor (1) 2017; 549 – 564 .
- Richardson, Grant; Taylor, Grantley and Lanis, Roman. 2013. Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*. Volume 9, Nomor (2) 2013;136 – 150.
- Rosa, Ria; Andini, Rita dan Rahardjo, Kharis. 2017. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Transaksi Transfer Pricing .
- R, Waworuntu.S dan R,Hadisaputra . 2016. Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness in Indonesia. *Pertanika Journal Social Sciences and Humanities. Journal Social Sciences and Humanities*. Volume 24, 2016; 95-110.
- Saraswati, Gusti Ayu R.S dan Sujana, I Ketut. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Volume 19, Nomor (2) 2017; 1000 – 1029.
- Sari, Eling Pamungkas dan Mubarak Abdulah. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Seminar Nasional I Universitas Pamulang*.
- Sartono, R. Agus .2012 *.Manajemen Keuangan Internasional*. Yogyakarta; BPFY-Yogyakarta.
- Sitorus, Denrico . 2011. PSAK-7 Pengungkapan Pihak-Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa .(Online) (<http://denricositorus.blogspot.com>) , diakses 10 November 2018.
-

Stephanie, Sistomo dan Simanjuntak, Ramot P.. 2017. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Fundamental Management Journal*. Volume 2, Nomor (1) 2017;63 – 69.

Waluyo dan Ilyas, Wirawan B. 2002. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

Yuniasih, Ni Wayan; Rasmini, Ni Ketut dan Wirakusuma, Made Gede . 2012. Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Jurnal Universitas Udayana*.

Zahida, Luluk. 2013. Analisis *Tax Planning* Untuk Efisiensi Pajak Penghasilan Badan. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. (Online) (<http://www.jdih.kemenkeu.go.id>), diakses pada tanggal 10 November 2018

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.