

**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)**

Patriot Jaya Ayshinta¹, Henri Agustin², Mayar Afriyenti³

¹)Alumni Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

^{2,3})Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

*Korespondensi: patriotjayaayshinta@yahoo.com

Abstract: *This research aims to examine to analyze the effect of tunneling incentive, bonus scheme and exchange rate on the company's decision to do transfer pricing. The population in this research are manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014 until 2017. The sample of study was determined by using purposive sampling method, and that total sample 48 manufacturing companies. The data used is secondary data. The technique of collecting data by documentation at www.idx.com. The analytical method used is Panel Regression Analysis with SPSS22 software. This research use logistic regression analysis as analysis method. The result of analysis in this research showed that tunneling incentive and bonus scheme had no effect on the company's decision to do transfer pricing. Exchange rate had a significant effect on the company's decision to do transfer pricing.*

Keywords: *Bonus Scheme; Exchange Rate; Tunneling incentive; Transfer pricing.*

How to cite (APA 6th style)

Asyhinta, P.J., Agustin, Henri, Afriyenti, Mayar. (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). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), Seri A, 572-588.

PENDAHULUAN

Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan beberapa negara. Pada perusahaan multinasional terjadi transaksi penjualan barang antar perusahaan yang berelasi atau memiliki hubungan istimewa. Perusahaan yang memiliki anak perusahaan diberbagai negara akan sulit untuk menentukan harga atas transaksi penjualan antar perusahaan, sehingga perusahaan akan melakukan sebuah kegiatan *transfer pricing* untuk menentukan harga atas transaksi-transaksi tersebut.

Di Indonesia, transaksi antar perusahaan multinasional tidak luput dari rekayasa harga transfer, terutama oleh wajib pajak dalam investasi di cabang-cabang perusahaan asing. Sebagian besar perusahaan-perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur yang memiliki hubungan istimewa dengan induk perusahaan atau afiliasi mereka di luar negeri. Menurut Astuti (2008:12) dalam Refgia (2017) *transfer pricing* merupakan harga transfer

atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara.

Pada awalnya, praktik *transfer pricing* ini dilakukan oleh perusahaan hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan. Seiring berjalannya waktu, beberapa perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak tersebut. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah, karena belum tersedianya alat, tenaga ahli, dan peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing*.

Menurut Pricewaterhouse (2009) dalam Yuniasih, *et al* (2012) para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda” dan juga terbuka untuk penyalahgunaan. Karena hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan. Keberadaan *transfer pricing* ini ternyata juga menimbulkan permasalahan dan juga kerugian bagi beberapa pihak. Telah banyak terjadi kasus mengenai *transfer pricing* ini baik di dalam negeri maupun di luar negeri, diantaranya yaitu kasus Google Inggris pada tahun 2011 dimana pendapatan mereka sebesar £398 juta, tetapi mereka hanya membayar pajak sebesar £6 juta. Dan ada juga kasus lainnya yaitu kasus Starbucks Inggris dan Amazon Inggris dimana mereka hanya membayar pajak sangat kecil padahal pendapatan mereka sangat besar. Di Indonesia sendiri pada pertengahan tahun 2007 Direktorat Jenderal Pajak membongkar kasus dugaan penggelapan pajak yang dilakukan PT. Asian Agri, yang merupakan anak perusahaan Raja Garuda Mas Group. Direktorat Jenderal Pajak memeriksa bahwa perusahaan itu diduga telah menggelapkan pajak senilai 1,34 triliun. Manipulasi tersebut secara garis besar menggunakan modus dengan skema *transfer pricing*, transaksi lindung nilai (*hedging*) fiktif, dan pembuatan biaya fiktif (Lukluk Fuadah, 2008:114).

Dari beberapa kasus diatas dapat terlihat bahwa *transfer pricing* merupakan salah satu skema yang dijadikan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar. Dan hal tersebut menjadikan *transfer pricing* sebagai hal yang sangat perlu untuk diteliti untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* tersebut. Menurut Hartati, *et al* (2015) pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih, *et al* (2012) juga menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak yang semakin besar.

Keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ini juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hartati, *et al* (2015) *tunneling incentive* merupakan 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 bebankan. Claessens, *et al* (2002) dalam Yuniasih *et al* (2012) menyatakan bahwa masalah antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini muncul disebabkan oleh yang pertama, lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas. Kedua, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimumkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas. Lo, *et al* (2010) menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, dimana

perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk tunneling keuntungan ke perusahaan. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung melakukan perencanaan laba untuk memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi untuk menaikkan laba dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Apabila target laba perusahaan tercapai maka pemilik perusahaan akan memberikan apresiasi berupa bonus kepada manajer. Penelitian yang dilakukan oleh Hartati, *et al* (2015) menyatakan bahwa dalam memberikan bonus, pemilik perusahaan akan melihat laba secara keseluruhan, maka logis jika para direksi melakukan perencanaan laba untuk menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan sehingga dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Lo, *et al* (2010) yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba.

Terdapat beberapa penelitian tentang pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, diantaranya Hartati, *et al* (2014,2015) yang menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian oleh Alimuddin, *et al* (2016). Namun hasil penelitian Hartati, *et al* (2014,2015) dan Alimuddin, *et al* (2016) berbeda dengan hasil penelitian Yuniasih, *et al* (2012), Mispriyanti (2015), Thesa Refgia (2017) yang menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Motif lain yang juga mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* adalah nilai tukar (*exchange rate*). Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. Perbedaan *exchange rate* inilah yang nantinya akan mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Ketika nilai tukar terus-menerus berfluktuasi maka akan mempengaruhi harga produk atau jasa yang akan diperdagangkan, maka keputusan *transfer pricing* menjadi pilihan untuk manajemen sehingga jumlah kas yang tersedia untuk melakukan pembayaran dapat dipastikan. Namun hasil penelitian dari Marfiah dan Azizah (2015) menunjukkan bahwa besar kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* atau tidak. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alimuddin, *et al* (2016) dan Chan, *et al* (2002) yang menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan diatas dan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya terkait dengan keputusan harga transfer, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* terdapat faktor lain selain pajak yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dalam rangka menaikkan laba pada periode berjalan. Pada penelitian ini peneliti berusaha untuk mengembangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hartati, *et al* (2015). Pada penelitian ini peneliti menghilangkan variabel pajak karena sudah banyak penelitian yang mengungkap dan membahas hal tersebut. Dan hampir semua hasil penelitian sebelumnya tentang pajak menunjukkan hasil yang sama yaitu pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Pada penelitian ini peneliti menambahkan satu variabel tambahan yaitu *exchange rate* yang diduga sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pihak manajemen untuk melakukan *transfer pricing*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lain yang meneliti dengan judul yang sama adalah rentang waktu penelitiannya. Dalam penelitian ini peneliti menambah rentang waktu penelitian dan meneliti pada tahun terbaru. Karena menurut peneliti penelitian sebelumnya hanya menggunakan rentang waktu penelitian yang sedikit sehingga sampelnya pun sedikit. Jadi hasil yang diperoleh belum akurat karena belum bisa mewakili seluruh populasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mengambil judul “Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer pricing*.”

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Agensi

Menurut Dermawan (2008) dalam Irpan (2010) teori keagenan adalah suatu teori yang menyebutkan bahwa ada perbedaan kepentingan antara pemegang saham, direksi (profesional perusahaan) dan karyawan perusahaan yang akan menimbulkan pertentangan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan. Teori keagenan menyatakan bahwa prinsipal maupun agen akan termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kegunaan subjektif mereka, dan juga menyadari kepentingan bersama mereka. Agen berjuang untuk memaksimalkan pembayaran kontraknya yang bergantung pada suatu tingkat usaha tertentu yang dibutuhkan. Prinsipal berjuang untuk memaksimalkan pengembalian atas penggunaan sumber dayanya pada pembayaran yang terutang kepada agen. Konflik kepentingan ini diasumsikan akan dibawa ke dalam keadaan ekuilibrium oleh kontrak kesepakatan. Kontrak mengikat pihak-pihak yang terlibat untuk setuju atas serangkaian perilaku yang kooperatif mengingat adanya motif-motif yang mendahulukan kepentingan diri sendiri.

Transfer pricing

Hartati, *et al* (2015) *transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama, atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri. Ada 3 tujuan penting dari penetapan harga transfer internasional menurut Tri Marta Chandraningrum (2009:4), yaitu untuk meminimalkan beban pajak, untuk mempromosikan evaluasi kinerja yang setara, dan memberikan motivasi kepada karyawan.

Menurut Hongren (2012) ada tiga metode yang digunakan untuk menentukan harga transfer, yaitu harga transfer berdasarkan harga pasar (*market-based transfer price*), harga transfer berdasarkan biaya (*cost-based transfer price*), dan harga transfer yang dinegosiasikan (*negotiated transfer price*).

Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan (Hartati *et al*, 2015). Munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens, *et al*, 2002 dalam Yuniasih, *et al*, 2012).

Tunneling ini dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan harga yang lebih rendah dibanding dengan harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya meskipun mereka

sudah tidak berkompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Wafiroh dan Hapsari (2015:161)).

Mekanisme Bonus

Menurut Suryatiningsih, *et al* (2009) dalam Hartati, *et al* (2015), mekanisme bonus adalah suatu komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Purwanti (2008:434) menegaskan bahwa mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada eksekutif perusahaan, maka adalah logis bila manajer yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba untuk memaksimalkan remunerasinya serta hal tersebut menyangkut pula kesejahteraan para eksekutif di internal perusahaan.

Exchange Rate

Menurut FASB, nilai tukar mata uang adalah rasio antara satu unit mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu. Perbedaan nilai tukar riil dengan nilai tukar nominal penting untuk dipahami karena keduanya mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap risiko nilai tukar. Perubahan nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang sama yang menjadikan perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap posisi persaingan relatif antara perusahaan domestik dengan pesaing luar negerinya dan tidak ada pengaruh terhadap aliran kas. Sedangkan perubahan nilai tukar riil akan menyebabkan perubahan harga relatif yaitu perubahan perbandingan antara harga barang domestik dengan harga barang luar negeri. Dengan demikian perubahan tersebut mempengaruhi daya saing barang domestik.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing

Tunneling incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan (Hartati, Desmiyanti, dan Julita, 2015). Sansing (1999) menunjukkan bahwa pemegang saham mayoritas dapat mentransfer kekayaan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan hak para pemilik minoritas, dan terjadi penurunan pengalihan kekayaan ketika persentase kepemilikan pemegang saham mayoritas menurun. Menurut Mispriyanti (2016:66) transaksi pihak berelasi dapat dimanfaatkan sebagai tujuan oportunistik oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan tunneling. Adapun transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut.

Praktik *transfer pricing* ini jelas akan menguntungkan bagi perusahaan induk sebagai pemegang saham mayoritas. Misalnya perusahaan anak menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga dibawah harga pasar, maka hal tersebut akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh perusahaan anak yang mengakibatkan laba perusahaan mereka akan semakin kecil dari yang seharusnya, sedangkan laba perusahaan induk akan semakin besar, atau perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang lebih tinggi dari harga wajar, maka hal tersebut juga akan mempengaruhi laba yang akan

diterima oleh perusahaan anak karena adanya pembebanan biaya bahan baku yang besar, sedangkan perusahaan induk akan sangat diuntungkan dengan hal tersebut.

Pemegang saham minoritas akan sangat dirugikan dengan adanya praktik *transfer pricing* ini. Dividen yang akan mereka terima akan semakin kecil atau mungkin sampai tidak ada pembagian dividen karena perusahaan mengalami kerugian akibat pembebanan biaya yang terlalu besar atau laba yang kecil akibat harga jual produknya dibawah harga pasar sehingga tidak ada dividen yang dibagikan. Menurut Johnson (2000) contoh tunneling yaitu menahan dividen, mentransfer aset dari entitas yang mereka kendalikan ke entitas lain yang pemegang saham pengendali miliki dengan mengesampingkan prinsip kewajaran usaha dan menempatkan saudara-saudaranya untuk menjabat pada posisi penting dalam perusahaan meskipun tidak memenuhi kualifikasi.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Mispianiti (2015), Erny Syamsudin (2015), dan Noviasatika, *et al* (2016) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Pemegang saham mayoritas akan melakukan cara-cara yang dapat menghasilkan laba yang tinggi, salah satunya dengan melakukan praktik *transfer pricing*. Maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara yang paling populer bagi pemilik perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksinya dimana mekanisme bonus tersebut diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya terhadap perusahaan. Dengan adanya mekanisme bonus ini maka manajer akan semakin giat mencari cara untuk dapat meningkatkan laba perusahaan agar mereka menerima bonus yang lebih besar.

Dalam *bonus plan hypothesis*, para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Jika bonus yang akan mereka terima tergantung pada laba bersih yang dilaporkan, maka kemungkinan mereka menerima bonus yang lebih besar pada periode tersebut adalah dengan meningkatkan laba setinggi-tingginya. Salah satu cara manajer dalam memaksimalkan laba yang dilaporkan adalah dengan melakukan praktik *Transfer pricing*. Dengan melakukan praktik *transfer pricing* ini, maka manajer dapat menjual persediaan kepada perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga lebih mahal dari harga wajar, sehingga laba perusahaan akan meningkat.

Semakin besar keinginan manajemen untuk memperoleh bonus, maka semakin besar kemungkinan manajemen untuk membuat keputusan *transfer pricing* untuk meningkatkan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Hartati, *et al* (2015), Alimuddin, *et al* (2016) menunjukkan bahwa mekanisme bonus mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Thesa Refgia, *et al* (2017) dan Mispianiti (2012) bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian yang tidak konsisten tersebut, maka perlu diuji kembali. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang dirumuskan adalah:

H2: Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

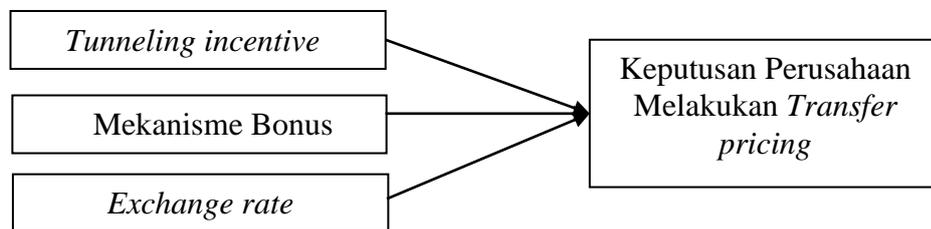
Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Exchange rate memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan, *et al* 2002).

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

Penelitian yang dilakukan oleh Marfuah, *et al* (2013) menunjukkan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian Chan, *et al* (2002) menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H3: *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode pengumpulan sampel berdasarkan kriteria. Peneliti menentukan sampel dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1
Tahap Penyeleksian Sampel dengan Kriteria

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017	155
Perusahaan Manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan keuangan di BEI secara konsisten selama tahun 2014-2017	(26)
Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode pengamatan	(41)
Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam pelaporannya	(27)
Perusahaan yang dijadikan sampel yang tidak mempunyai data laba atau rugi selisih kurs	(13)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel selama pengamatan	48

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2018

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data dokumenter berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data laporan keuangan dan tanggal publikasi laporan keuangan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id.

Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. *Transfer pricing* diproksikan dengan menggunakan dummy, yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Sampel akan bernilai 1 jika perusahaan melakukan penjualan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, dan sampel akan bernilai 0 jika perusahaan tidak melakukan penjualan kepada pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa (Yuniasih, 2012).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate*.

a. Tunneling incentive

Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut (Yuniasih, 2012):

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

b. Mekanisme Bonus

Variabel ini diproksikan dengan indeks trend laba bersih (ITRENDLB). Pengukuran variabel ini menggunakan skala rasio dengan rumus sebagai berikut (Winda Hartati dkk, 2014):

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

c. *Exchange rate*

Variabel *exchange rate* diukur dari keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing. Variabel ini dihitung dengan menggunakan skala rasio dengan rumus sebagai berikut (Marfuah dan Andri Puren N.A, 2013):

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba Rugi Sebelum Pajak}}$$

Adapun model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$\ln \frac{P}{(1-p)} = TP = \alpha + \beta_1 \text{TNC} + \beta_2 \text{BONUS} + \beta_3 \text{ER} + \epsilon$$

Keterangan:

- TP : *Transfer pricing*
- α : konstanta
- β_1 - β_3 : Koefisien variabel independen
- TNC : *Tunneling incentive*
- BONUS : Mekanisme bonus
- ϵ : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 48 perusahaan manufaktur yang terpilih untuk dijadikan sampel. Berikut tabel yang menjelaskan variabel secara statistik:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
<i>Transfer pricing</i>	192	0	1	0,73	0,434
<i>Tunneling incentive</i>	192	0,161	0,930	0,511	0,233
Mekanisme Bonus	192	0,015	25,626	1,281	1,882
<i>Exchange rate</i>	192	-4,213	0,564	-0,068	0,389

Sumber : Olahan data spss, 2019

Berdasarkan tabel 2 di atas terlihat bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 observasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Transfer pricing* (Y) yang memiliki mean (rata-rata) sebesar 0,73 dengan standar deviasi sebesar 0,434. Nilai maksimum *transfer pricing* sebesar 1 dan nilai minimum sebesar 0. Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive* (X1) memiliki mean sebesar 0,511 dengan standar deviasi 0,233. Nilai *tunneling incentive* maksimum sebesar 0,930 didapat dari perusahaan Darya-Varia Laboratoria Tbk. dan nilai minimum sebesar 0,161 pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk. Variabel independen kedua dalam penelitian ini adalah mekanisme bonus (X2), memiliki nilai *mean* (rata-rata) sebesar 1,281 dengan standar deviasi 1,882. Nilai maksimum mekanisme bonus sebesar 25,626 dan nilai minimumnya sebesar 0,015 terdapat pada perusahaan Indospring Tbk.. Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah *exchange rate* (X3) dengan nilai mean (rata-rata) sebesar -0,068 dengan standar deviasi sebesar 0,389. Nilai maksimum *exchange rate* sebesar 0,564

terdapat pada perusahaan Ricky Putra Globalindo Tbk. dan nilai minimum sebesar -4,213 pada perusahaan Star Petrochem Tbk.

Hasil Pengujian Regresi

a. Menilai Kelayakan Model Regresi

Tabel 3
Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	6,115	8	0,634

Sumber : Olahan data SPSS, 2019

Hasil *output* tabel 3 diatas menunjukkan nilai *Chi-square* sebesar 6,115 dengan signifikansi sebesar 0,634. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut mampu memprediksi nilai observasinya.

b. Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Tabel 4
Overall model fit

<i>Block Number</i>	<i>-2 log likelihood</i>
0	224,289
1	216,373

Sumber : Olahan data SPSS, 2019

Hasil pada tabel 4 diatas menunjukkan nilai -2 LogL pada langkah awal (*block number = 0*), dimana model hanya memasukan nilai konstanta adalah sebesar 224,289. Sementara nilai -2 LogL pada langkah selanjutnya (*block number = 1*), dimana model memasukan konstanta dan variabel independen menunjukkan nilai 216,373. Hal ini menunjukkan penurunan nilai -2 LogL pada langkah awal dan -2 LogL pada langkah selanjutnya sebesar 7,916. Nilai -2 LogL pada regresi logistik mirip dengan pengertian "*Sum of Square Error*" pada model regresi. Sehingga penurunan nilai -2 LogL menunjukkan model regresi yang semakin baik.

c. Pengujian Simultan (*Omnibus Test of Model Coefficients*)

Tabel 5
Omnibus Tests of Model Coefficients

	Chi-square	df	Sig.
Step	7,916	3	0,048
Step 1 Block	7,916	3	0,048
Model	7,916	3	0,048

Sumber : Olahan data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Chi-Square* yang diperoleh sebesar 7,916 dengan *Degree of freedom (df)* sebesar 3. Tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah 0,048 kecil dari 0,05, dengan demikian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yang berupa *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing*.

d. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	216,373 ^a	0,040	0,059

Sumber : Olahan data SPSS, 2019

Hasil pada tabel 6 diatas menunjukkan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,059 yang berarti bahwa variabel *transfer pricing* yang dapat dijelaskan oleh variabel *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* sebesar 5,9% sedangkan sisanya sebesar 94,1 % dijelaskan oleh variabel independen lain diluar model penelitian ini.

e. Analisis Regresi Logistik

Tabel 7
Regresi Logistik
Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
<i>Tunneling incentive</i>	-0,187	0.716	0,068	1	0,794	0,830
Mekanisme Bonus	0,032	0,099	0,108	1	0,742	1,033
<i>Exchange rate</i>	1,471	0,686	4,600	1	0,032	4,355
Constant	1,148	0,417	7,571	1	0,006	3,153

Sumber : Olahan data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas pengujian persamaan regresi logistik diperoleh model regresi logistik sebagai berikut:

$$\ln \frac{P}{(1-P)} = 1,148 - 0,187 X_1 + 0,032 X_2 + 1,471 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Ln = *log of odds*

P = Probabilitas / kemungkinan aktivitas *Transfer pricing*

X₁ = *Tunneling incentive*

X₂ = Mekanisme Bonus

X₃ = *Exchange rate*

ε = Epsilon (*error term*)

Nilai taksiran yang terdapat pada persamaan regresi logistik dapat diinterpretasikan dari nilai B atau *odds ratio* diperoleh sebagai berikut:

- 1) Konstanta (α) sebesar 1,148 artinya jika variabel independen dianggap konstan, maka keputusan melakukan *transfer pricing* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,148.
- 2) *Odds ratio* dari *tunneling incentive* (X₁) menghasilkan nilai sebesar -0,187. Hal ini mengartikan jika *tunneling incentive* (X₁) mengalami penurunan sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel keputusan melakukan *transfer pricing* (Y) akan menurun sebesar sebesar -0,187.

- 3) *Odds ratio* dari mekanisme bonus (X2) menghasilkan nilai sebesar 0,032. Hal ini mengartikan jika mekanisme bonus (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel keputusan melakukan *transfer pricing* (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,032.
- 4) *Odds ratio* dari *exchange rate* (X3) menghasilkan nilai sebesar 1,471. Hal ini mengartikan jika *exchange rate* (X3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel keputusan melakukan *transfer pricing* (Y) akan meningkat sebesar sebesar 1,471.

f. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada tabel 7, maka dapat dilihat pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* secara parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis pertama menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki koefisien regresi sebesar -0,187 dan nilai signifikansi sebesar 0,794 yang lebih besar dari nilai α (0,05). Hal ini menandakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, sehingga dapat disimpulkan **H₁ ditolak**.
- 2) Hipotesis kedua menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan terhadap *transfer pricing*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki koefisien regresi sebesar 0,032 dan nilai signifikansi sebesar 0,742 yang lebih besar dari nilai α (0,05). Hal ini menandakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, sehingga dapat disimpulkan **H₂ ditolak**.
- 3) Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *exchange rate* memiliki koefisien regresi sebesar 1,471 dan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari nilai α =(0,05). Hal ini menandakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, sehingga dapat disimpulkan **H₃ diterima**.

PEMBAHASAN

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

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hipotesis pertama ditolak. Variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017, ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya *tunneling incentive* pada perusahaan tidak ada pengaruhnya terhadap *transfer pricing* perusahaan tersebut. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa pemegang saham mayoritas tidak menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan *transfer pricing* atau bisa juga diartikan bahwa ada atau tidaknya pemegang saham mayoritas, perusahaan akan tetap melakukan *transfer pricing*.

Hal tersebut juga dimungkinkan karena perusahaan untuk menstabilkan keuntungan, perusahaan ingin melakukan keputusan *transfer pricing* tanpa menimbulkan konflik perusahaan. Menurut Koestaman dan Diyanti (2013), semakin tinggi ekspropriasi (pengambil alihan sumber daya) yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali, maka akan menyebabkan dividen kas yang dibayarkan semakin rendah. Sehingga ini menimbulkan konflik antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas

dimana konflik ini berdampak pada investasi dan operasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Saifudin dan Putri (2018) menemukan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hipotesis kedua ditolak. Variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Hasil ini mengindikasikan bahwa ada atau tidaknya mekanisme bonus tidak dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing*, mekanisme bonus bukanlah alasan kuat yang dapat dipakai oleh manajemen dalam pertimbangan melakukan keputusan *transfer pricing*.

Manajemen melakukan *transfer pricing* guna memaksimalkan laba perusahaan, laba yang besar yang dihasilkan akan membuat manajemen terlihat memiliki kinerja yang baik. Dengan kinerja yang baik maka manajemen memiliki kesempatan untuk mendapatkan kompensasi bonus yang besar dari dewan direksi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yang mengindikasikan bahwa pemberian kompensasi bonus tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Menurut Jayengsari dan Soetejo (2013), hal ini terjadi karena kompensasi bonus yang diberikan tidak berdasarkan laba perusahaan sehingga laba yang besar belum tentu memberikan bonus yang besar bagi manajemen.

Transfer pricing merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau berafiliasi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Wafiroh dan Hapsari (2015) mengatakan bahwa adanya motif ingin mendapatkan bonus, direksi berani melakukan transaksi *transfer pricing* guna memberikan kenaikan laba sementara untuk perusahaan. Maka hal ini sangat tidak etis mengingat terdapat kepentingan yang jauh lebih besar lagi yaitu menjaga nilai perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah dengan menyajikan laporan keuangan yang lebih mendekati kenyataan dan dapat digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan yang lebih penting bagi perusahaan kedepannya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Mispianiti (2015) mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2010 sampai 2013. Perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* untuk mendapatkan bonus karena hal tersebut tidak menguntungkan dari sisi perusahaan tapi hanya menguntungkan direksi sebagai penerima bonus. Hal lain yang mendukung mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pengawasan yang baik secara internal dan eksternal di dalam perusahaan sehingga dapat mengatasi terjadinya kecurangan di dalam perusahaan seperti menaikkan laba dengan cara yang curang. Thesa Refgia (2017) juga menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hipotesis ketiga diterima. Variabel *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017, ini mengindikasikan bahwa semakin menguatnya nilai tukar mata uang asing akan mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing*. *Exchange rate* merupakan nilai tukar mata uang rupiah terhadap pembayaran saat ini atau kemudian hari dengan mata uang negara-negara asing.

Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. Perbedaan *exchange rate* inilah yang nantinya akan mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Ketika nilai tukar terus-menerus berfluktuasi maka akan mempengaruhi harga jual produk atau jasa yang akan diperdagangkan, maka keputusan *transfer pricing* menjadi pilihan untuk manajemen sehingga jumlah kas yang tersedia untuk melakukan pembayaran dapat dipastikan. Ketika harga tukar berfluktuasi juga akan mempengaruhi harga produksi, karena pembelian bahan baku yang mahal atau murah dari luar negeri akan meningkatkan atau menurunkan harga produksi.

Exchange rate berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* dikarenakan pada pihak manajemen cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak, dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan *transfer pricing*. Ketika perusahaan membuat perencanaan anggaran setiap tahunnya, perusahaan membuat laba selisih kurs setiap tahunnya semakin naik. Hal ini disebabkan keyakinan mereka bahwa nilai mata uang asing akan semakin menguat dan nilai rupiah semakin lemah. Ketika nilai mata uang asing semakin menguat maka laba selisih kurs yang diperoleh perusahaan akan semakin meningkat. Maka perusahaan akan memilih menjual produk mereka ke luar negeri melalui *transfer pricing*, sehingga laba yang mereka peroleh akan semakin besar dibandingkan mereka menjual produk di dalam negeri.

Penelitian ini membuktikan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* yang didukung oleh penelitian Chan, *et al* (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan Alimuddin, *et al* (2016) dan Chan, *et al* (2002) yang menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- a. *Tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya *tunneling incentive* pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing*.
- b. Mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa ada

atau tidaknya mekanisme bonus pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing*.

- c. *Exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya *exchange rate* mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing*.

Keterbatasan

Penelitian yang sudah dilakukan masih banyak memiliki kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

- a. Nilai *Nagerkelke R Square* yang rendah yaitu hanya sebesar 5,2 % menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang memiliki kontribusi besar dalam mempengaruhi *transfer pricing*.
- b. Rentang waktu pengamatan yang digunakan dalam pengambilan sampel ini tidak panjang, sehingga sampel yang digunakan jumlahnya sedikit.
- c. Penelitian ini hanya menggunakan sample dari perusahaan manufaktur, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk sector perusahaan lainnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti selanjutnya, hendaknya melakukan penelitian dengan rentang waktu yang lebih lama agar hasil yang diperoleh lebih berkualitas. Dan menambah kategori perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian, misalnya seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang diidentifikasi dapat mempengaruhi *transfer pricing* karena rendahnya nilai Nagelkerke R Square yang dihasilkan dalam penelitian ini. Variabel lain, seperti: pajak, tax minimize, ukuran perusahaan, dan variabel lainnya.
- c. Proksi *transfer pricing* dalam penelitian ini menggunakan nilai penjualan dengan pihak istimewa. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan proksi *transfer pricing* yang lain seperti rasio nilai transaksi pihak berelasi jika data tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Azis, S.N., dan Saming, A. (2016). Motives In The Decision Of Transfer pricing. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.
- Bernard, A.B., Jensen, J.B. and Schott, P.K. (2006). *Transfer pricing by US-Base Multinational Firms*.
- Chan, C., Landry, S. P. and Jalbert, T. (2002). Effects of Exchange rate on International Transfer pricing Decisions. *International Bussiness & Economics Research Journal* 3 (3), 35-48.
- Chan, Steven P. Landry, and Terrance J. 2003. On International Transfer pricing Decisions. *International Business & Economics Research Journal*. 3(3).
- Chandraningrum, T.M. 2009. Pengaruh Transfer pricing terhadap Perencanaan Pajak Bagi Perusahaan Multinasional. *Skripsi*. Universitas Negeri Suarabaya.
- Claessens, S, D. Simeon, H.P.L Larry. (2000). The Separation of Ownership and Control in East Asia. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 81-112.

- Fuadah, L. (2008). Analisa Transaksi-Transaksi yang Terjadi dalam Masalah *Transfer pricing* pada Kasus PT. Asian Agri di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi Palembang*, 6(2).
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.
- Godfrey, J., Hodgson, Allan, Tarca, A., Hamilton, J., and Holmes, S. 1994. *Accounting Theory 7 Edition*. John Willey and Sons, Sydney.
- Goeltom, Miranda, Zulverdi, Doddy. (1998). Manajemen Nilai Tukar di Indonesia dan Permasalahannya. *Journal banking indoensia.org*.
- Hartati, W., Desmiyawati dan Azlina, N. (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer pricing* (Studi pada Seluruh Perusahaan yang Listing di BEI). *SNA 17 Mataram, Lombok*.
- Hartati, Winda, Desmiyawati, dan Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer pricing*. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 18 Medan*.
- Hongren, Charles T., Datar, Srikant M. dan Rajan, Madhav V.(2012). *Cost Accounting; A Managerial Emphasis*. 14th Edition. Pearson Education Inc.
- Horngren, T, Charles, Srikant M, Datar, dan George Foster.(2008). *Akuntansi Biaya: Dengan Penekanan Manajerial*. Jakarta: Erlangga.
- Irpan. 2010. Analisis Pengaruh Skema Bonus Direksi, Jenis Usaha, Profitabilitas Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earning Management: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur dan Keuangan yang Listing Di BEI Paada Tahun 2008-2010. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Jayengsari, Drivina, R., dan Soetedjo, S,. (2013). Pengaruh *Good corporate Governance*, Kualitas Audit, Kompensasi Bonus, dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 16 Manado*.
- Jensen, M. dan W.H. Meckling. (1976). Theory of the Firm: Magerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Johnson, S. R., La Porta, F., Lopez-de-Silanes and Shleifer, A. (2000). Tunneling. *American Economic Review* 90 (2): 22-27.
- Kewal, S. S. (2012). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, dan Pertumbuhan PDB terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Economic Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi Palembang*, 8(1)
- Kiswanto, N. and Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010-2013. *Jurnal Universitas Atma Jaya*.
- Klassen, K., Petro, L. and Devan M. (2013). *Transfer pricing: Strategies, Practices, and Tax Minimazation*. *Journal of Tax Excecutive Institute (TEI)*. The University of Illionis.
- Koestaman, E dan Diyanti,V. (2013). Pengaruh Kepemilikan Pengendali Akhir terhadap Kebijakan Deviden Kas dengan Kepemilikan Keluarga dan Mekanisme Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Simposium Nasional Akuntansi 16 Manado*.
- Liu, Q., and Z. Lu. (2007). Corporate Governance and Earnings Management in The Chinese-Listed Companies: A Tunneling Perspective. *Journal of Corporate Finance* 13, 881–906.
- Lo, R, dan Micheal, F. 2010. Tax, Financial Reporting, and Tunneling incentives for Income Shifting: An Empirical Analysis of the *Transfer pricing* Behavior of Chinese Listed Companies. *Journal of the American Taxation Association*, 32(2), 1-26.

- Marfuah and Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling incentive, dan Exchange rate pada Keputusan Transfer pricing Perusahaan. *JAAI*, 18(2), 156-165.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak Tunneling incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 16(1), 62-73.
- Mulyani, N. (2014). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar Rupiah, dan Produk Domestik Bruto terhadap Jakarta Islamic Index. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Eksekutif*, 1(1).
- Mutaminah. (2008). Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis* 7(1), 161-182.
- Noviastika, D., Mayawan, Y., dan Karja, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling incentive dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Indikasi Melakukan Transfer pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Perpajakan*, 8(1), 1-9.
- Powsen, S. (1998). *Corporate Governance, Emerging Issues and Lesson form EastgAsia*. <http://www.worldbank.org>.
- Purwanti, L. (2008). Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Managemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2).
- Refgia, Thesa., Ratnawati, Vince dan Rusli. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling incentive Terhadap Transfer pricing. *JOM Fekon* 4(1).
- Riahi, A.B.(2007). *Accounting Theory*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saifudin dan Putri, L.S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling incentive Terhadap Keputusan Transfer pricing pada Emiten BEI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(1), 32-43.
- Sansing, R. C. (1999). Economic Foundations of Valuation Discounts. *The Journal of the American Taxation Association* 21, 28–38.
- Sartono, A. (2008). *Manajemen Keuangan - Teori dan Aplikasi Edisi 5*. BPFE. Yogyakarta.
- Suciwati, Desak P., & Mas'ud M. (2002). Pengaruh Resiko Nilai Tukar Rupiah terhadap Return Saham : Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEJ. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Universitas Gadjah Mada*, 17(4).
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian (pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Syamsuddin, E. dan Witjaksono, A. (2015). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling incentive, dan Karakter Eksekutif terhadap Keputusan Transfer pricing Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2011-2014). *Jurnal Universitas Bina Nusantara*.
- Wafiroh, Novi, dan Niken. (2015). Pajak, Tunneling incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing. *El-Muhasaba Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, .6(2).
- Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia, Edisi 10 Buku 1*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K. dan Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak dan Tunneling incentive pada Keputusan Transfer pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI. *Jurnal Universitas Udayana*.
- Zhuang, J., W. David, M.A.C. Virginita. 2000. *Corporate Governace and Finance in East Asia- A Study of Indonesia, Republic of Korea, Malaysia, Philippines and Thailand*. Asia Development Bank, Manila.