

Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

MISPIYANTI*

Program Studi Akuntansi, STIE Putra Bangsa, Jl. Ronggowarsito No. 18 Pejagoan Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah Telp (0287) 384011 Indonesia.

*Corresponding Author, E_mail address: mispi_71@yahoo.co.id

ABSTRACT

The aim of the research is to find empirical evidence of tax, tunneling incentive and bonus mechanism toward transfer pricing decision taken by manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange. The research population are manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange around 2010 to 2013. The samples were taken using purposive sampling method. The research results show that tax and bonus mechanism do not have effect toward companies' transfer pricing decision. While, tunneling incentive has effect toward companies' transfer pricing decision.

Key Words: Transfer Pricing; Tax; Tunneling Incentive; Bonus Mechanism.

ABSTRACT

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris pengaruh pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi yang digunakan mencakup perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 - 2013, sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Sementara, tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing.

Kata Kunci: Transfer Pricing; Pajak; Tunneling Incentive; Mekanisme Bonus.

PENDAHULUAN

Praktik *transfer pricing* jika dilihat dari sisi pemerintahan sebagaimana tercantum dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa diyakini dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung memindahkan kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*).

Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*multinational corporations*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas. Sebagaimana Jacob dalam Yuniasih *et al.* (2012) menemukan bahwa transfer antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena

pergeseran pendapatan dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara-negara yang memiliki tarif pajak rendah.

Transfer pricing diatur dalam Pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan. Peraturan *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal, yaitu pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) yaitu hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Beberapa penelitian tentang motivasi pajak terhadap keputusan *transfer pricing* telah dilakukan, diantaranya oleh Bernard *et al.* (2006) yang menemukan harga transaksi pihak terkait berhubungan dengan tingkat pajak dan *tariff rate* negara tujuan. Kemudian Yuniasih *et al.* (2012) juga menemukan bahwa pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* tersebut akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya.

Menurut Hartati *et al.* (2015), *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. Penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan oleh Yuniasih *et al.* (2012) yang menemukan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan manufaktur dalam melakukan *transfer pricing*. Selain itu, Mutamimah (2009) menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemegang saham mayoritas terhadap pemegang saham minoritas melalui strategi merger dan akuisisi di Indonesia.

Menurut Healey (1985), manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara *opportunistic* untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba periode saat ini. Menurut Hartati *et al.* (2015), ketika pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, maka logis jika direksi berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima. Sebagaimana Lo *et al.* (2010) menemukan bahwa ada kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Hal ini juga didukung oleh Chan and Chow (1997) dan Chan and Lo (2005) yang menyatakan bahwa manajemen dapat memanfaatkan *transfer pricing* sebagai mekanisme pengalihan keuntungan antar perusahaan guna mengurangi pajak, meningkatkan bonus manajemen dan mengalihkan sumber daya (*resources*) dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang masih satu kepemilikan. Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013?".

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan secara empiris

pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kemudian secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan *transfer pricing* suatu perusahaan.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

TEORI KEAGENAN

Hartati (2015) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan teori keagenan adalah suatu teori yang menyebutkan bahwa ada perbedaan kepentingan antara pemilik (pemegang saham), direksi (profesional perusahaan) dan karyawan perusahaan. Kemudian akan menimbulkan pertentangan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan.

Teori keagenan dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi. Konflik antar kelompok atau *agency conflict* merupakan konflik yang timbul antara pemilik, dan manajer perusahaan dimana ada kecenderungan manajer lebih mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan. Selanjutnya, Colgan (2001) menyatakan beberapa faktor yang dapat menyebabkan munculnya masalah keagenan, yaitu *moral hazard*, masalah horizon waktu dan penghindaran risiko manajerial

Moral hazard umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi), dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman.

Penahanan Laba (*Earnings Retention*). Masalah ini berkisar pada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuasaan, prestise, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham.

Masalah tau konflik horison waktu muncul sebagai akibat dari kondisi arus kas yang mana prinsipal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cenderung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka. Sedangkan masalah penghindaran risiko manajerial muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya.

TRANSFER PRICING

Menurut Gunadi (1994) *transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan (transfer) barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis maupun finansial. Dalam konteks praktik penghindaran pajak maka modus *transfer pricing* yakni dengan merekayasa pembebanan harga transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dalam rangka meminimalkan beban pajak yang terutang secara keseluruhan atas grup perusahaan (Rahayu, 2010). *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa.

Pengertian *transfer pricing* sebagai harga yang ditimbulkan akibat penyerahan barang, jasa dan harta tak berwujud, seperti yang telah disebutkan

di atas merupakan pengertian yang netral. Akan tetapi, menurut Hubert (2004), istilah *transfer pricing* juga sering dikonotasikan sebagai sesuatu yang tidak baik (*abuse of transfer pricing*), yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak (*taxation income*) dari suatu perusahaan multinasional ke negara-negara yang tarif pajaknya rendah dalam rangka untuk mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan nasional tersebut.

Beban pajak lebih detail dibahas dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 46 tahun 2012 tentang pajak penghasilan, disebutkan bahwa pajak penghasilan adalah pajak yang dihitung berdasarkan peraturan perpajakan dan pajak ini dikenakan atas laba kena pajak entitas. Sedangkan laba kena pajak atau laba fiskal (rugi pajak atau rugi fiskal) merupakan laba (rugi) selama satu periode yang dihitung berdasarkan peraturan yang ditetapkan oleh otoritas perpajakan atas pajak penghasilan yang terutang (dipulihkan). Untuk menentukan laba rugi pada suatu periode dapat diperoleh dari perhitungan jumlah agregat pajak kini dan pajak tangguhan atau disebut dengan beban pajak (penghasilan pajak).

TRANSFER PRICING DALAM PERATURAN PERPAJAKAN INDONESIA

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa.

PAJAK DAN TRANSFER PRICING

Meskipun dari sisi korporasi multinasional,

transfer pricing merupakan alat untuk memobilisasi laba usaha untuk tujuan usahanya, otoritas fiskal (aparatur perpajakan) selalu menginginkan transaksi yang terjadi antara divisi atau antara perusahaan dalam satu grup tetap mengacu pada harga pasar wajar dan bersifat *arm's length*. Negara berkembang, termasuk Indonesia, menyadari bahwa korporasi multinasional dengan berbagai kelebihannya mempergunakan rekayasa *transfer pricing* untuk mengalihkan potensi pajak Indonesia ke negara lain dengan berbagai dalih, alasan dan justifikasi atas rekayasa tersebut. Oleh karenanya, otoritas fiskal secara subyektif memandang tujuan dilakukannya *transfer pricing* adalah untuk menghindari pajak, maka otoritas fiskal memperhatikan dua hal prinsip yaitu afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*) dan kewajaran atau *arm's length principle*.

Rahayu (2010) menyatakan bahwa karakteristik hubungan antara anak perusahaan (*subsidiary company*) di Indonesia dengan induk perusahaan (*parent company*) di luar negeri yang menurut kacamata pajak dianggap sebagai entitas terpisah (*separate entity*). Dengan demikian antara anak perusahaan dengan induk perusahaan tersebut dapat melakukan transaksi (*inter company transaction*) yang diatur sedemikian rupa agar anak perusahaan (*subsidiary company*) di Indonesia mengalami kerugian, sedangkan secara keseluruhan bisnisnya selain di Indonesia masih mengalami untung sehingga dapat mengurangi beban pajak di Indonesia. Hal tersebut didukung oleh pendapat Gusnardi (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah untuk meminimalkan kewajiban pajak global perusahaan mereka. Kemudian menurut Yani (2001), motivasi pajak dalam *transfer pricing* pada perusahaan multinasional tersebut dilaksanakan dengan cara sedapat mungkin memindahkan penghasilan ke negara dengan

beban pajak terendah atau minimal dimana negara tersebut memiliki grup perusahaan atau divisi perusahaan yang beroperasi.

Jacob (1996) menemukan bahwa transfer antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Sehingga perusahaan multinasional memperoleh keuntungan dari pergeseran pendapatan negara-negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah. Sebagaimana dinyatakan oleh Bernard *et al.* (2006) bahwa harga transaksi pihak terkait dan *arm's-length* berhubungan dengan tingkat pajak dan tarif impor negara tujuan. Selain itu, Swenson (2001) menemukan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh pada insentif untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

Yuniasih *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah salah satunya untuk menekan beban pajak yang semakin besar. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban pajak tersebut. Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Pajak berpengaruh pada keputusan transfer pricing.

TUNNELING INCENTIVE DAN TRANSFER PRICING

Pada struktur kepemilikan terkonsentrasi, kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu (keluarga, pemerintah atau lainnya) sebagai pemegang saham pengendali. Sehingga kenaikan hak arus kas di tangan seorang pemegang saham pengendali dapat menyebabkan insentif keuangan naik. Kenaikan

hak arus kas ini akan memotivasi pemegang saham pengendali untuk menyelaraskan kepentingannya (*efek alignment*) dengan perusahaan atau pemegang saham non-pengendali. Namun ketika pemegang saham pengendali meningkatkan pengendaliannya melalui struktur piramida atau *cross-shareholding* dengan tetap mempertahankan jumlah kepemilikan yang rendah, maka pemegang saham pengendali akan termotivasi untuk melakukan ekspropriasi terhadap perusahaan (*efek entrenchment*). Hal ini didukung oleh Jian dan Wong (2003) menyatakan bahwa ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan mereka dibandingkan membagikannya sebagai deviden.

Salah satu cara yang biasa digunakan oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan ekspropriasi adalah melalui transaksi pihak berelasi. Ekspropriasi (*expropriation*) adalah proses penggunaan kontrol untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri dengan distribusi kekayaan dari pihak lain (Claessens *et al.*, 1999 dalam Sanjaya, 2010). Cara yang dapat dilakukan dalam praktik ekspropriasi misalnya pemegang saham pengendali berusaha untuk memperkaya dirinya sendiri dengan tidak membayarkan deviden kepada pemegang saham minoritas, mentransfer keuntungan ke perusahaan lain yang juga berada dibawah kendalinya (Claessens, Djankov, Fan, & Lang, 1999) dan juga melakukan transaksi penjualan dan pembelian dengan pihak berelasi.

Transaksi pihak berelasi kemungkinan besar digunakan sebagai *tunneling*, karena harga transaksi terhadap pihak-pihak berelasi ini dapat berbeda dengan transaksi pihak independen. Transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan atau pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lancar lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk

kepentingan pemegang saham pengendali. Hal ini didukung oleh Claessens *et al.* (2002) yang menemukan bahwa lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas.

Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Untuk perusahaan di Asia kebanyakan memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, termasuk di Indonesia. Struktur kepemilikan terkonsentrasi ini menimbulkan potensi bagi pemegang saham pengendali untuk terlibat lebih jauh dalam pengelolaan perusahaan. Sebagaimana dinyatakan oleh Shleifer dan Vishny (1997), Zhuang *et al.* (2000), serta Wiwattanakantang (2001), pemegang saham mayoritas dapat melakukan monitoring dan kontrol terhadap manajemen perusahaan, sehingga berpengaruh positif pada kinerja perusahaan.

Gilson dan Gordon (2003) mengidentifikasi dua kemungkinan cara yang dapat dilakukan pemegang saham pengendali untuk mendapatkan manfaat privat atas kontrol dari kebijakan perusahaan yaitu melalui kebijakan kontraktual dengan pihak lain dan kebijakan operasi perusahaan seperti gaji dan kompensasi yang besar. Sehingga, semakin tinggi insentif ekpropriasi pemegang saham pengendali, semakin tinggi pula untuk melakukan transaksi pihak berelasi.

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 lain keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh keuntungan dan

insentif dalam suatu perusahaan tersebut. Sehingga, Jian dan Wong (2003) menyatakan ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan mereka atau melakukan *tunneling* dibandingkan memba-gikannya sebagai deviden.

Yuniasih *et al.*, (2012) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan manufaktur dalam melakukan *transfer pricing*. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_2 : Tunneling incentive berpengaruh pada keputusan transfer pricing.

Mekanisme Bonus dan *Transfer Pricing*

Mengingat bahwa mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer, maka adalah logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dan remunerasinya. Sebagaimana pendapat Scott (2006), motivasi bonus dapat mendorong manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggeser laba dari periode yang akan datang ke periode saat ini. Hal ini didukung oleh Hartati *et al.*, (2015), mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Namun, sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing*, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Oleh karena itu, manajemen dapat memanfaatkan *transfer pricing* sebagai mekanisme pengalihan keuntungan antar perusahaan guna meningkatkan

bonus manajemen (Chan and Lo, 2005). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan guna memperoleh penghargaan. Penghargaan itu dapat berupa bonus yang diberikan berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelola perusahaan. Jadi pemilik tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang berhasil menghasilkan laba untuk divisi atau subunitnya, namun juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren (2008) yang menyatakan bahwa bonus direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan.

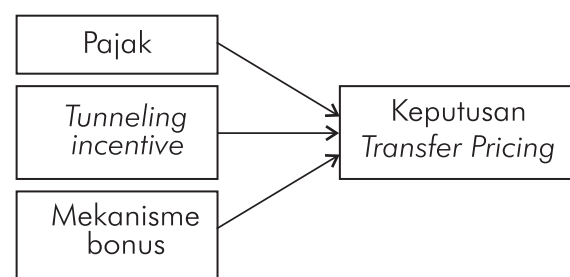
Selanjutnya, praktik akuntansi yang berlangsung akan berfokus pada angka-angka akuntansi yang akan diciptakan supaya kinerjanya baik, sehingga akuntabilitas dari angka akuntansi yang dibentuk dikesampingkan, maka praktik *transfer pricing* yang ilegal dalam akuntansi menjadi hal yang wajar. Bonus yang ada dalam suatu perusahaan akan menciptakan insentif bagi manajemen untuk meningkatkan *present value* dari penerimaan bonus mereka (Watts dan Zimmerman, 1978) sehingga manajer akan lebih menyukai metode akuntansi yang meningkatkan laba periode berjalan. Sejalan dengan itu, Scott (2006) menyatakan bahwa motivasi bonus dapat mendorong manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggeser laba dari periode yang akan datang ke periode saat

ini. Hal ini juga didukung oleh Healy (1985) yang menemukan bahwa manajer perusahaan dengan mekanisme bonus berbasis laba bersih secara sistematis mengadopsi kebijakan akrual untuk memaksimalkan ekpektasi mereka.

Lo *et al.* (2010), yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Chan dan Chow (1997) dan Chan dan Lo (2005) juga menyatakan bahwa manajemen dapat memanfaatkan *transfer pricing* sebagai mekanisme pengalihan keuntungan antar perusahaan guna meningkatkan bonus manajemen dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang masih satu kepemilikan.

Selain itu, Hartati *et al.* (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Berdasarkan rumusan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_3 : Mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*.



GAMBAR 1. MODEL PENELITIAN

METODE PENELITIAN

MODEL PENELITIAN

Berdasarkan rancangan hipotesis yang dirumuskan, maka dibuatlah model penelitian sebagaimana yang disajikan pada Gambar 1.

TABEL 1. PERINCIAN PERHITUNGAN SAMPEL TAHUN 2010-2013

KETERANGAN	JUMLAH
Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010 – 2013	123
Perusahaan sampel yang tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan asing 20% atau lebih	(54)
Perusahaan sampel yang dikendalikan perusahaan asing dimana tarif pajak perusahaannya lebih besar dari pada tarif pajak perusahaan Indonesia	(14)
Perusahaan sampel yang mengalami kerugian selama 2010 – 2013	(32)
Perusahaan sampel yang datanya tidak tersedia lengkap sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini	(1)
Perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria	22

POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Alasan pemilihan populasi pada penelitian ini adalah karena sebagian besar penanaman modal asing dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik sampling ini merupakan suatu metode pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu. Adapun perincian sampel dalam penelitian dapat dilihat Pada Tabel 1.

JENIS DAN METODE PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa data sekunder yaitu berupa laporan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 -

2013. Data yang digunakan dalam penelitian mengenai pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia yang di publikasikan di website www.idx.co.id.

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel Independen

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

Pajak

Pajak dalam penelitian ini merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak dalam penelitian ini diprosikan dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi *deferred tax expense* dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih *et al.*, 2012).

$$\text{effective tax rate} = \frac{\text{tax expense} - \text{deferred tax expense}}{\text{laba kena pajak}}$$

Tunneling incentive

Tunneling incentive diprosikan dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih.

Mekanisme Bonus

Bonus merupakan pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja

perusahaan. Bonus yang diberikan perusahaan dapat berupa tunjangan, komisi, insentif penjualan, atau kesejahteraan karyawan. Pemberian kompensasi bonus diukur dengan *dummy*, dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya nilai 0.

Variabel Dependen

Transfer Pricing dalam penelitian ini adalah penjualan produk dari satu divisi ke divisi yang lain yang mempunyai hubungan istimewa dan berada di negara lain yang mempunyai tarif pajak lebih rendah daripada Indonesia. *Transfer pricing* dihitung dengan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak berelasi. Perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan penjualan kepada pihak berelasi yang berada di negara lain dengan tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia diberi nilai 1, sedangkan yang lainnya diberi nilai 0.

METODE ANALISIS DATA

STATISTIK DESKRIPTIF

Analisis deskriptif merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Analisis deskriptif ini menginformasikan data statistik deskriptif, meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan deviasi standar.

MODEL REGRESI LOGISTIK

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi logistik dengan metode *Stepwise*. Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Besarnya nilai koefisien determinasi pada regresi logistik ditunjukkan oleh nilai *Nagelkerke R Square* (Ghozali, 2013).

Analisis menggunakan regresi logistik tidak perlu menggunakan asumsi normalitas data variabel bebasnya (Ghozali, 2013). Model regresi logistik ditunjukkan dalam persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= <i>Transfer pricing</i>
X ₁	= Pajak
X ₂	= Tunjangan, komisi, insentif, kesejahteraan karyawan, atau bonus
X ₃	= <i>Tunneling incentive</i>
α	= Nilai Y bila X = 0
β ₁ - β ₂ - β ₃	= Koefisien regresi
e	= <i>error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK SAMPEL PENELITIAN

Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dapat diketahui dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 22 perusahaan manufaktur dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 yang memenuhi kriteria sampel penelitian, sehingga diperoleh jumlah observasi sebanyak 88. Sebagian besar perusahaan yang dikendalikan oleh pihak asing melakukan penjualan berelasi ke negara lain yang tarif pajaknya lebih kecil dari 25% dimana perusahaan selalu berupaya untuk menghemat pengeluaran pajaknya. Selanjutnya, sebagian besar perusahaan terdaftar dikendalikan oleh perusahaan asing yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepemilikan saham dan memiliki mekanisme bonus yang diberikan kepada manajemen perusahaan.

TABEL 2. STATISTIK DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TRANSFER_PRICING	88	0	1	,24	,429
PAJAK	88	,0000	,2921	,219700	,0695995
TUNNELING_INCENTIVE	88	,2183	,9266	,484323	,2153185
MEKANISME_BONUS	88	0	1	,95	,209
Valid N (listwise)	88				

HASIL ANALISIS DATA

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi logistik. Selisih dari hasil -2LL awal dan nilai -2LL akhir adalah sebesar 10,554, ini menunjukkan penurunan nilai *likelihood*, dimana hal ini dapat ditunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Model regresi yang baik adalah regresi dengan tidak adanya gejala korelasi yang kuat di antara variabel bebasnya. Tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus di dalam model regresi karena nilai korelasi antar variabel bebas sebesar -0,951; -0,343; -0,000 dimana jauh di bawah batas korelasi yang ditentukan yaitu sebesar 0,8. Besarnya pengaruh dari ketiga variabel yang terdiri dari pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013 adalah sebesar 16,9%. Sedangkan sisanya sebesar 83,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati karena nilai statistik *Hosmer Lemeshow's Goodness of Fit Test* sebesar 8,086 dengan probabilitas signifikansi 0,425 yang nilainya di atas 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan model dapat diterima.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pajak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010 - 2013. Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,093 yang lebih besar dari 0,05. Hasil

penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yuniasih *et al.*, (2012) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Dalam perkembangannya, upaya perusahaan dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dapat dilakukan melalui manajemen pajak (Suandy, 2011). Kemudian menurut Suandy (2011), tujuan manajemen pajak dapat dibagi menjadi dua yaitu menerapkan peraturan perpajakan secara benar dan usaha efisiensi untuk mencapai laba dan likuiditas yang seharusnya.

Selanjutnya, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 - 2013. Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,027 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dapat diterima atau dapat terbukti. Hal ini menjelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki asing akan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan penentuan harga yang tidak wajar guna kepentingan pemegang saham pengendali yang berada di negara yang tarif pajaknya lebih rendah daripada Indonesia. Dwinanto (2010) menyatakan bahwa *tunneling* dapat dilakukan dengan cara menjual produk ke perusahaan berelasi dengan harga yang lebih rendah. Kemudian pemegang saham pengendali akan memperoleh kekuasaan dan insentif dalam suatu perusahaan tersebut. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuniasih *et al.*, (2012) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan manufaktur dalam melakukan *transfer pricing*.

Selanjutnya, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 – 2013. Ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,999 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan tidak dapat diterima atau tidak terbukti. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Lo *et al.* (2010) yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Selain itu, penelitian ini juga tidak sejalan dengan Hartati *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengaruh dari variabel pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 dapat diambil kesimpulan bahwa hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Namun untuk variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 sampai dengan tahun 2013.

Implikasi dalam penelitian tentang praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional dengan status kepemilikan asing adalah *transfer pricing* merupakan suatu harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisi atau perusahaan. Namun dalam praktiknya, *transfer pricing* banyak digunakan secara ilegal guna meminimalkan beban pajak perusahaan. Namun dalam penelitian ini tidak terbukti, kemungkinan perusahaan mengurangi beban pajak perusahaan dengan menerapkan manajemen pajak.

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba secara keseluruhan. Adanya kebijakan bonus yang sudah tepat, maka pemilik berharap manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi pembayaran pajak. Namun, upaya menghemat pengeluaran pajaknya tidak selalu dilakukan dengan faktor mekanisme bonus, tetapi perusahaan dapat melakukan manajemen pajak yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penggunaan objek penelitian yang hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga dalam penelitian ini ada dua hipotesis yang tidak terdukung yang mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hal ini di dukung oleh nilai *Nagel Kerke R²* sebesar 16,9%, yang artinya sisanya sebesar 83,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Dalam penelitian ini, mekanisme bonus hanya menggunakan proksi *dummy* yaitu 1 jika perusahaan memberikan bonus kepada manajemen dan 0 jika perusahaan tidak memberikan bonus kepada manajemen. Oleh karena itu, saran yang dapat dikemukakan dalam

kaitannya dengan hasil penelitian ini adalah Gusnardi (2009) menyatakan bahwa perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah untuk meminimalkan kewajiban pajak global perusahaan mereka. Namun pada penelitian ini, pernyataan tersebut belum terbukti. Kemungkinan dikarenakan sampel perusahaan pada penelitian ini hanya perusahaan yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan yang memiliki kepemilikan yang sama baik yang ada di Indonesia maupun yang ada di luar negeri. Kemudian penelitian selanjutnya dapat menggunakan faktor lain seperti manajemen pajak dengan tingkat *cash effective tax rate* yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan, dan untuk mekanisme bonus dapat menggunakan proksi lain seperti tingkat kompensasi yang diberikan kepada dewan direksi berdasarkan nilai total kompensasi yang diterima oleh eksekutif perusahaan (Irawan *et al.*, 2012).

DAFTAR PUSTAKA

- Bernard, A. B., J. B. Jensen, dan P. K. Schott. 2006. *Transfer Pricing by US-Base Multinational Firms*. NBER Working Papers 12493, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Chan, K. H. dan A. Lo. 2005. *International Transfer Pricing in China: Post WTO*. Hong Kong, PRC: Sweet & Maxwell Asia.
- Chan, K. H. dan L. Chow. 1997. International transfer pricing for business operations in China: Inducements, regulation and practice. *Journal of Business Finance & Accounting*, 1.269–1.289.
- Claesens, S., D. Simeon, H.P.L Larry. 2000. The Separation of Ownership and Control in East Asia. *Journal of Financial Economics* Elsevier, 58 (1-2), 81-112.
- Claesens, S., S. Djankov, J. P. H. Fan, dan L. H. P. Lang. 1999. *Expropriation of Minority Shareholder Evidence from East Asia*. Paper was Presented at CEI Working Paper Series. No. 2000-4, Centre for economic intitutions, Institute of Economic Research Hitotsubashi University.
- Colgan, P. Mc. 2001. *Agency Theory and Corporate Governance: A Review of the Literature From a UK Perspective*. Working paper. University of Strathclyde at United Kingdom.
- Dwinanto, J. 2010. *Pengaruh Merger dan Akuisisi Terhadap Kekayaan Pemegang Saham Minoritas: Studi Kasus PT Lippo Karawaci Tbk*. Tesis, Universitas Indonesia.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 up date PLS Regresi*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gilson R. J. Gordon. J. 2003. *Controlling Shareholders*. Working Paper: 228. Columbia Law School. The Center for Law & Economic Studies. NY.
- Gunadi. 1994. *Transfer Pricing. Suatu Tinjauan Akuntansi Manajemen dan Pajak*. Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Gusnardi. 2009. Penetapan Harga Transfer Dalam Kajian Perpajakan. *Pekbis Jurnal*. 1 (1), 36-43.
- Hartati, W., Desmiyawati dan N. Azlina. 2014. *Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*. Paper Dipresentasikan Pada Simposium Nasional Akuntansi XVII, Lombok.
- Hartati, D. dan Julita. 2015. *Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. Paper Dipresentasikan Pada Simposium Nasional Akuntansi XVIII, Medan.
- Healy, P. 1985. The effect of Bonus Schemes on Accountings Decision. *Journal of Accounting and Economics* 7, 85-107.
- Horngren, C., T. Srikantm, dan D. G. Foster. 2008. *Akuntansi Biaya*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Hubert, H. 2004. *Introduction to Transfer Pricing*. IBFD. Page 3.
- Irawan, H. P dan A. Farahmita. 2012. Pengaruh Kompensasi Manajemen Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak Perusahaan. Paper Dipresentasikan Pada Simposium Nasional Akuntansi XV, Banjar-masin.
- Jacob, J. 1996. Taxes and Transfer Pricing: Income Shifting and The Volume of Intrafirm Transfer. *Journal of Accounting Research*, 34. 301-312.
- 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.
- Jian, Ming dan T. J. Wong. 2003. *Earning management and tunneling through related party transactions: evidence from Chinese corporate groups*. Paper was Presented at EFA 2003 Annual Conference Paper No. 549, Nanyang Technological University, Nanyang Business School at Singapore.
- Lo, W. Y. A., M. K. W. Raymond, dan F. Micheal. 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.
- Mutamimah. 2009. Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 2 (2), 161-182.
- Palestin, H. S.. 2009. *Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Praktik Corporate Governance dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada di P.T. Bursa Efek Indonesia)*. Tesis, Universitas Diponegoro.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 15 (Revisi 2009) *Investasi pada Entitas Asosiasi*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntan Indonesia. Jakarta.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 46 (Revisi 2012) *Pajak Penghasilan*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntan Indonesia. Jakarta.
- Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor 32 Tahun 2011 *Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa*. Direktorat Jenderal Pajak. Jakarta.
- Rahayu, N. 2010. Praktik Penghindaran Pajak oleh Foreign Direct