

**PENGARUH PAJAK, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN
DAN MEKANISME BONUS TERHADAP TRANSFER PRICING
(Studi Pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)**

***THE EFFECT OF TAX, PROFITABILITY, LEVERAGE, FIRM SIZE AND BONUS
MECHANISM ON TRANSFER PRICING
(Study on Multinational Companies Listed on Indonesia Stock Exchange in
Year 2014-2018)***

Ria Pamela^{1*}, Suropto², M. Iqbal Harori³

^{1,2,3}Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung

*Email: riapamelaa@gmail.com

ABSTRAK

Transfer pricing merupakan sebuah skema yang dilakukan untuk meminimalisir beban pajak tanggungan dengan cara mengalihkan laba perusahaan ke perusahaan lain yang berada di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 27 perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dengan alat analisis program *E-Views 10*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sementara *leverage* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil uji McFadden R-Squared (R^2) sebesar 0.50 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel termasuk dalam kategori yang sedang.

Kata kunci: Pajak, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Bonus

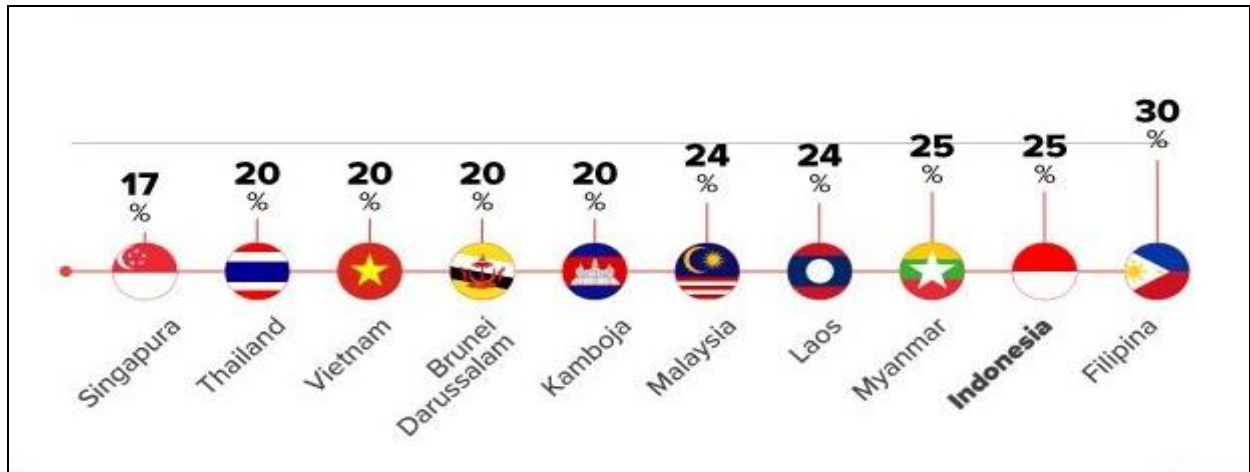
ABSTRACT

Transfer pricing is a scheme to minimize the tax expense by transferring companies profit to another companies that located in countries with lower tax rate. This research aimed to examine the effect of tax, profitability, firm size and bonus mechanism on transfer pricing. The type of research used explanatory with quantitative approach. The sample consist of 27 multinational companies listed on Indonesia Stock Exchange in year 2014-2018 used purposive sampling technique. The analysis technique on this research used logistic regression analysis with E-Views 10 program. The result of this research showed that tax, profitability and firm size have significantly effect on transfer pricing. While leverage and bonus mechanism have no significantly effect on transfer pricing. The value of McFadden R-squared (R^2) is 0.50 showed the relation among variables on this research is in medium category.

Keywords: Tax, Profitability, *Leverage*, Firm Size and Bonus Mechanis

PENDAHULUAN

Globalisasi dibidang ekonomi memudahkan para pelaku bisnis untuk melakukan transaksi berskala internasional. Hal tersebut juga mendorong para pelaku bisnis untuk memperluas jaringan bisnis dan memaksimalkan nilai perusahaan dengan mendirikan cabang atau anak perusahaan di negara lain atau yang kita kenal dengan perusahaan multinasional (Pithaloka & Irwanto, 2016). Dalam pertimbangan untuk mendirikan cabang perusahaan di luar negeri, perusahaan akan mempertimbangkan efisiensi pajak dan strategi bisnis perusahaan (Kurniawan, 2015). Perusahaan akan cenderung untuk mendirikan cabang perusahaan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah dibandingkan pada negara yang menerapkan tarif pajak tinggi.



Gambar 1.1 Perbedaan Tarif Pajak antarnegara ASEAN

Adanya perbedaan tarif pajak antarnegara dapat mendorong perusahaan multinasional yang memiliki induk atau anak perusahaan di luar negeri untuk melakukan tindakan menyimpang dengan memanfaatkan skema *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan sebuah kebijakan dalam penentuan harga transfer suatu transaksi yang terjadi antar perusahaan (Setiawan, 2014). Namun dalam pelaksanaannya *transfer pricing* sering dilakukan oleh satu anggota perusahaan yang sama (*intragroup*) sehingga penetapan harga transfer menjadi tidak wajar. Berdasarkan hal tersebut *transfer pricing* diartikan sebagai suatu mekanisme yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalisir pajak secara global dengan mengalihkan laba dari perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi ke perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak rendah (Eden, 2009).

Pengalihan laba dengan skema *transfer pricing* banyak dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba. Hal tersebut terjadi karena pengalihan laba dengan skema *transfer pricing* akan memperkecil jumlah beban pajak yang seharusnya dibayarkan sehingga akan sangat menguntungkan bagi perusahaan yang melakukannya. Namun di sisi lain, praktik *transfer pricing* tersebut akan sangat merugikan negara tempat perusahaan tersebut berdiri karena penerimaan pajak negara menjadi berkurang. Di Indonesia, berdasarkan pernyataan Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani melalui (Timesindonesia.co.id, 2017) sektor pajak masih memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara.

Dilansir oleh (liputan6.com, 2016) Direktur Jendral Pajak, Ken Dwijugiateadi mengatakan bahwa akibat dari praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh 2.000 perusahaan multinasional yang berada di Indonesia negara berpotensi kehilangan Rp 1.300 Triliun. Hal tersebut disebabkan oleh jumlah beban pajak yang dibayarkan lebih kecil dibandingkan dengan beban pajak yang seharusnya dibayarkan bahkan perusahaan-perusahaan tersebut diketahui tidak membayar pajak karena alasan merugi. Oleh karena itu, *transfer pricing* menjadi isu perpajakan yang diperhatikan bagi Indonesia bahkan bagi seluruh negara di dunia khususnya negara-negara yang menerapkan tarif pajak yang cukup tinggi.

Pada tahun 2008, kasus *transfer pricing* pernah terjadi di Indonesia. Kasus tersebut melibatkan PT Adaro Energy (Indonesia) dan perusahaan afiliasinya yaitu Coaltrade Service International Pte, Ltd yang berada di Singapura. PT Adaro diduga melakukan praktik *transfer pricing* melalui penjualan batu bara dengan harga yang jauh di bawah harga pasar internasional kepada perusahaan afiliasinya tersebut. Berdasarkan laporan keuangan, diketahui bahwa laba PT Adaro yang melakukan penjualan lebih sedikit dibandingkan dengan laba Coaltrade yang melakukan pembelian. Hal tersebut semakin memperkuat dugaan bahwa PT Adaro telah melakukan *transfer pricing* dengan cara memindahkan laba perusahaan dari Indonesia yang menerapkan tarif pajak sebesar 25% ke perusahaan afiliasi di Singapura yang menerapkan tarif pajak lebih rendah dibandingkan dengan Indonesia yaitu hanya sebesar 17%. Akibat dari praktik *transfer pricing* yang dilakukan PT Adaro tersebut negara berpotensi mengalami kerugian sebesar Rp 10 Triliun (Susanti & Firmansyah, 2018). Berdasarkan kasus tersebut dapat diketahui bahwa alasan pajak menjadi faktor pendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* (Noviastika, Yuniadi & Suhartini 2016).

Keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* umumnya dipengaruhi oleh faktor pajak dan faktor non pajak. Alasan untuk meminimalisasi beban pajak menjadi faktor utama yang mendorong perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing*. Skema yang sering dilakukan perusahaan multinasional adalah dengan memperkecil penjualan dan memperbesar pembelian untuk mentransfer laba ke perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah sehingga beban pajak perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi akan menjadi lebih rendah dari yang seharusnya (Cahyadi & Noviari, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Halim Rachmat, 2019) membuktikan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2018) mengatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Selain pajak, alasan lain yang mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu (Fahmi, 2015). Tujuan suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba secara maksimal. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan segala bentuk tindakan demi mencapai tujuannya tersebut termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (Cahyadi & Noviari, 2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Ramadhan & Kustiani, 2017) yang mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan lain yang mungkin mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktifitas perusahaan dibiayai oleh hutang (Fahmi, 2015). Besarnya hutang yang ditanggung oleh perusahaan akan berdampak pada tingginya beban bunga yang harus dibayarkan, sehingga laba perusahaan akan dialihkan untuk membayar hutang dan bunganya. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan pengaturan hutang dengan *transfer pricing* agar beban pajak yang seharusnya dibayarkan menjadi berkurang. Penelitian (Richardson, Taylor, & Lanis, 2013) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Besarnya ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. (Darussalam, Septriadi, dan Kristiaji, 2013) mengatakan bahwa lebih dari 60% nilai perdagangan dunia dihasilkan dari transaksi yang dilakukan perusahaan multinasional melalui skema *transfer pricing*. *Transfer pricing* umumnya terjadi pada perusahaan berskala besar yang memiliki induk atau anak perusahaan yang berada di luar negeri. Oleh karena itu, perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk terlibat dalam skema *transfer pricing*. Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian (Waworuntu & Hadisaputra, 2016) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun

hasil penelitian (Ramadhan & Kustiani, 2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan lainnya yang juga dapat menjadi faktor pendorong perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus atau sistem pembagian bonus yang diterapkan perusahaan. Sistem pemberian bonus yang didasarkan oleh laba keseluruhan perusahaan akan mendorong manajemen perusahaan untuk mengatur laba perusahaan demi mendapatkan bonus yang tinggi dengan cara melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (Fuadah & Nazihah, 2019) membuktikan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian (Refgia, 2017) yang menyebutkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Tindakan menyimpang yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memaksimalkan laba perusahaan ini umumnya tidak diketahui oleh pemilik atau pemegang saham perusahaan. Kondisi tersebut telah dijelaskan dalam *agency theory* yang menggambarkan hubungan antara *principal* dan *agent*. Di dalam hubungan antara kedua pihak tersebut akan timbul suatu konflik yang disebabkan oleh ketidakseimbangan informasi atau dikenal dengan istilah asimetris informasi yang didapatkan oleh keduanya dan karena adanya perbedaan kepentingan. Agen yang merupakan manajemen perusahaan akan mendapatkan informasi tentang perusahaan yang lebih banyak dibandingkan dengan prinsipal yang merupakan pemegang saham (Jafri & Mustikasari, 2018). Adanya ketidakseimbangan informasi tersebut dimanfaatkan oleh para agen untuk melakukan tindakan menyimpang seperti *transfer pricing* demi kepentingannya.

Berdasarkan latar belakang di atas serta adanya perbedaan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Objek penelitian ini adalah perusahaan multinasional selain sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Objek tersebut dipilih karena *transfer pricing* kemungkinan besar terjadi antar perusahaan yang berada di negara yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pajak, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan multinasional selain sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Sektor keuangan tidak dimasukkan sebagai populasi dikarenakan perusahaan pada sektor keuangan memiliki format laporan keuangan yang berbeda (Siagian & Tresnaningsih, 2011).

Sampel menurut Sugiyono (2017) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan multinasional dengan kepemilikan modal oleh perusahaan afiliasi paling rendah 25% yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tidak termasuk perusahaan sektor keuangan selama periode 2014-2018	121
2	Perusahaan multinasional yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan perusahaan secara lengkap selama periode 2014-2018	(19)
3	Perusahaan multinasional yang mengalami kerugian selama periode pengamatan yaitu pada tahun 2014-2018	(51)
4	Perusahaan multinasional yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah	(17)
5	Perusahaan multinasional yang manfaat pajaknya lebih besar dibandingkan dengan beban pajaknya	(7)
Jumlah Perusahaan Sampel		27

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi logistik dan uji kelayakan model menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dikarenakan variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel dikotomi atau variabel *dummy*. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Software E-Views 10*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Deskriptif *Mean* dan Standar Deviasi Variabel Independen

Variabel	<i>Mean</i>			<i>Standard Deviation</i>		
	Dep=0	Dep=1	All	Dep=0	Dep=1	All
X1	0.210749	0.271521	0.259816	0.119843	0.095150	0.102737
X2	0.058836	0.117530	0.106226	0.036543	0.111614	0.104064
X3	1.251191	0.909278	0.975128	1.267014	0.745546	0.875103
X4	27.53215	29.11042	28.80646	1.718172	1.526451	1.678974
X5	1.184978	1.099924	1.116305	0.498992	0.543970	0.534861

Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan variabel lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi keseluruhan. Hal ini berarti sebaran data dalam penelitian ini bersifat homogen. Pada variabel pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan nilai rata-rata perusahaan dep=1 atau perusahaan yang melakukan transaksi penjualan dengan pihak istimewa lebih besar jika dibandingkan perusahaan dep=0 hal ini berarti semakin tinggi nilai ketiga variabel tersebut semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan pada variabel *leverage* dan mekanisme bonus berlaku sebaliknya.

2. Hasil Analisis Regresi Logistik

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
X1	20.26278	4.623279	4.382772	0.0000
X2	22.66908	10.28054	2.205048	0.0275
X3	-0.512648	0.366432	-1.399025	0.1618
X4	1.449872	0.358463	4.044690	0.0001
X5	-0.590864	0.687077	-0.859967	0.3898
C	-44.77351	10.67105	-4.195794	0.0000
McFadden R-squared	0.500758	Mean dependent var		0.807407
S.D. dependent var	0.395804	S.E. of regression		0.280191
Akaike info criterion	0.578107	Sum squared resid		10.12740
Schwarz criterion	0.707230	Log likelihood		-33.02221
Hannan-Quinn criter.	0.630579	Deviance		66.04442
Restr. deviance	132.2893	Restr. log likelihood		-66.14467
LR statistic	66.24491	Avg. log likelihood		-0.244609
Prob(LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	26	Total obs		135
Obs with Dep=1	109			

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa variabel pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas yang lebih kecil dari α yaitu 0.05. Sedangkan nilai probabilitas variabel *leverage* dan mekanisme bonus lebih besar 0.05. Nilai McFadden R-squared sebesar 0.50 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 50%.

3. Uji Kelayakan Model Hosmer and Lemeshow

H-L Statistic	2.3651	Prob. Chi-Sq(8)	0.9677
---------------	--------	-----------------	--------

Berdasarkan hasil uji Hosmer and Lemeshow di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *chi-square* sebesar 0.9677. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dibandingkan nilai α yaitu 0.05 artinya model yang digunakan dalam penelitian ini sesuai atau fit dengan data. Dapat juga dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara model dengan data sehingga model penelitian ini dapat diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil analisis regresi logistik menunjukkan nilai z statistik atau uji *wald* variabel pajak sebesar 19.20869 lebih besar dari nilai *chi-square* 3.84146 dan nilai probabilitasnya sebesar $0.0000 < 0.05$. Koefisien regresi variabel pajak bernilai positif yaitu sebesar 20.26278 menunjukkan hubungan yang searah dengan variabel *transfer pricing*. Hal ini berarti bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima sehingga dapat dikatakan bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa semakin besar beban pajak tanggungan maka perusahaan akan meminimalisir beban pajak tersebut dengan melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa adanya ketidakseimbangan informasi yang

didapatkan agen dan prinsipal memberikan kesempatan kepada agen untuk melakukan tindakan menyimpang demi kepentingan pribadi dengan melakukan *transfer pricing*.

Perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing* dengan mentransfer laba perusahaan yang berada di Indonesia ke perusahaan afiliasinya yang berada di luar negeri yang memiliki tarif pajak lebih rendah dibandingkan tarif pajak di Indonesia. Dari praktik tersebut beban pajak yang ditanggung perusahaan yang berada di Indonesia akan lebih rendah dari yang seharusnya. Kondisi ini akan mengurangi pendapatan negara atas pajak mengingat beban pajak yang ditanggung perusahaan berskala multinasional sangat besar.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik nilai uji *wald* variabel profitabilitas menunjukkan nilai sebesar $4.86224 > 3.84146$ dengan nilai probabilitas sebesar $0.0275 < \text{nilai Sig. } 0.05$ hal ini berarti bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing*.

Adapun koefisien regresi variabel profitabilitas menunjukkan nilai yang positif sebesar 22.66908 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel profitabilitas dengan *transfer pricing* searah atau berbanding lurus. Perusahaan yang memiliki laba yang besar akan melakukan *transfer pricing* untuk meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa semakin besar laba perusahaan maka akan semakin besar pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, perusahaan dengan laba besar akan melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak perusahaannya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang agensi yang mengatakan bahwa agen dan prinsipal memiliki perbedaan kepentingan yang sama-sama ingin diwujudkan. Namun, dengan adanya asimetris informasi yang terjadi dalam teori keagenan membuat para agen menjadi lebih leluasa untuk melakukan kecurangan demi kepentingan pribadi dan kelompoknya.

Pengaruh Leverage Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik nilai uji *wald* menunjukkan angka sebesar $1.95727 < \text{Sig. } 0.05$ dan nilai probabilitas sebesar $0.1618 > 0.05$ artinya H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing*. Koefisien regresi variabel *leverage* sebesar -0.512648 menunjukkan arah hubungan yang negatif dengan variabel *transfer pricing*. Hal ini berarti bahwa semakin besar nilai variabel *leverage* maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* dan sebaliknya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak menjadi faktor yang mendorong perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas perusahaan multinasional pada tahun 2014-2018 atau sebesar 79% dari perusahaan sampel memiliki hutang jangka pendek yang lebih besar dibandingkan dengan hutang jangka panjang, dimana hutang jangka pendek tidak membebankan bunga hutang yang tinggi seperti hutang jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan multinasional kurang meminati upaya penghematan pajak melalui peningkatan jumlah hutang dan beban bunga, hal ini dikarenakan upaya *transfer pricing* tersebut kurang memberikan manfaat bagi perusahaan yang akan melakukannya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing

Hasil uji *wald* dalam regresi logistik menunjukkan bahwa nilai variabel ukuran sebesar $16.35952 > 3.84146$ dengan nilai probabilitas $0.0001 < \text{Sig. } 0.05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 1.449872

menunjukkan arah hubungan yang positif dengan variabel *transfer pricing*. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perbedaan kepentingan akan membuat agen dan prinsipal melakukan segala cara untuk mencapai kepentingannya masing-masing. Adanya asimetris informasi dalam keagenan juga memberikan kesempatan kepada agen untuk menggeser laba perusahaan ke perusahaan di negara lain dengan tarif pajak rendah demi kepentingannya. Transaksi perusahaan dengan ukuran besar akan semakin meluas sehingga laba perusahaan juga akan semakin besar. Besarnya laba perusahaan membuat para agen melakukan *transfer pricing* untuk meminimalisir beban pajak yang seharusnya dibayar kepada negara.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil regresi logistik, uji *wald* variabel mekanisme bonus menunjukkan nilai sebesar $0.73954 < 3.84146$ dengan nilai profitabilitas sebesar $0.3898 > \text{Sig. } 0.05$, artinya hipotesis H_{05} diterima dan H_{a5} ditolak. Koefisien regresi sebesar -0.590864 menunjukkan arah hubungan yang negatif dengan variabel *transfer pricing*. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori agensi yang mengatakan bahwa konflik perbedaan kepentingan yang terjadi antara agen dan prinsipal akan membuat keduanya berusaha untuk dapat memenuhi kepentingannya. Pada kenyataannya perusahaan besar kurang tertarik melakukan tindakan menyimpang dengan melakukan *transfer pricing* untuk sekedar memaksimalkan bonus. Akan tetapi, *transfer pricing* yang dilakukan adalah untuk kepentingan yang lebih besar yaitu meningkatkan nilai perusahaan sehingga agen yang diberi wewenang akan mendapatkan citra yang baik di mata prinsipal sehingga bonus pun bisa didapatkan tanpa harus melakukan *transfer pricing*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hasil membuktikan bahwa tingginya beban pajak tanggungan perusahaan akan mendorong perusahaan untuk melakukan penghematan pajak dengan *transfer pricing*.
2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya laba perusahaan akan mendorong perusahaan untuk menekan beban pajak yang akan ditanggung dengan melakukan *transfer pricing*.
3. *Leverage* tidak berpengaruh dan memiliki arah hubungan yang negatif terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hal ini dikarenakan mayoritas perusahaan sampel memiliki hutang jangka pendek yang lebih besar dibandingkan hutang jangka panjang sehingga beban bunga yang ditanggung dari hutang jangka pendek tersebut tidak besar dan kurang memberikan manfaat dalam *transfer pricing*.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya ukuran perusahaan akan berdampak pada tingginya aktivitas perusahaan yang kemudian akan menghasilkan laba yang juga tinggi sehingga perusahaan besar akan melakukan *transfer pricing* untuk meminimalisir beban pajak.
5. Mekanisme bonus tidak berpengaruh dan memiliki arah hubungan yang negatif terhadap *transfer pricing* yang terjadi pada perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek

6. Indonesia tahun 2014-2018. Hal ini dikarenakan tanpa melakukan *transfer pricing* pun manajemen akan mendapatkan bonus besar dengan cara meningkatkan nilai perusahaan sehingga mekanisme bonus tidak dapat dijadikan faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Saran

1. Bagi Investor
Dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan khususnya perusahaan multinasional, investor sebaiknya memperhatikan nilai pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Ketiga variabel tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan investor untuk tidak melakukan investasi di perusahaan yang melakukan tindakan menyimpang dan dapat merugikan investor.
2. Bagi Pemerintah
Pemerintah khususnya Direktorat Jendral Pajak agar dapat membuat kebijakan terkait pelaksanaan *transfer pricing* dengan memperhatikan nilai pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan sehingga kecurangan yang dilakukan perusahaan untuk meminimalisir beban pajak dapat ditekan dan dapat mengurangi kerugian negara akibat praktik *transfer pricing*.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain di luar dari penelitian ini agar dapat memberikan gambaran yang lebih terperinci mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Kontribusi variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini juga hanya sebesar 50% sehingga nantinya diharapkan muncul variabel baru yang dapat melengkapi penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk meneliti *transfer pricing* pada perusahaan multinasional domestik dan tidak terpaku hanya pada perusahaan multinasional yang memiliki induk atau anak perusahaan di luar negeri.

DAFTAR REFERENSI

- Cahyadi, A. S., & Noviani, N. (2018). Pengaruh Pajak , Exchange Rate , Profitabilitas , Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universi. *Jurnal Akuntansi*, 22(3), 1441–1473.
- Darussalam, Danny Septriadi dan B. Bawono Kristiaji. 2013. *Transfer Pricing: Ide, Strategi, dan Panduan Praktis dalam Perspektif Pajak Internasional*. Jakarta: Danny Darussalam Tax Center.
- Eden, L. (2009). Taxes, Transfer Pricing, and The Multinational Enterprise. *The Oxford Handbook of International Business (2 Ed.)*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199234257.003.0021>
- Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fuadah, L. L., & Nazihah, A. (2019). The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.32602/jafas.2019.0>
- Halim Rachmat, R. A. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 21. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>
- Kurniawan, Anang Mury. 2015. *Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak, Edisi Pertama*, Yogyakarta: ANDI.

- Liputan6.com. 2016. 2.000 Perusahaan Asing Gelapkan Pajak Selama 10 Tahun (<https://m.liputan6.com/bisnis/read/2469089/2000-perusahaan-asing-gelapkan-pajak-selama-10-tahun>). Diakses tanggal 17 September 2019 pukul 19.20 WIB.
- Noviastika, Yuniadi M., & Suhartini, K. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indoensia. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9.
- Pithaloka, R., & Irwanto, A. (2016). Pengaruh Status Perusahaan (Multinasional / Domestik) dan Degree of Internationlaization (Doi) terhadap Firm Performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, (2), 220–226.
- Pratiwi, B. (2018). PENGARUH PAJAK, EXCHANGE RATE, TUNNELING INCENTIVE, DAN LEVERAGE TERHADAP TRANSFER PRICING. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.3.90-103>
- Ramadhan, M. R., & Kustiani, N. A. (2017). *Faktor Penentu Agresivitas Transfer Prising (Muhammad RhezaR).pdf* (pp. 549–564). pp. 549–564.
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.06.002>
- Setiawan, Hadi. 2014. Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara. (https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/2014_kajian_pprf_transfer_pricing_dan_risikonya_terhadap_penerimaan_negara.pdf). Diakses tanggal 14 Oktober 2019 pukul 21.25 WIB
- Siagian, F. T., & Tresnaningsih, E. (2011). The impact of independent directors and independent audit committees on earnings quality reported by Indonesian firms. *Asian Review of Accounting*, 19(3), 192–207. <https://doi.org/10.1108/13217341111185128>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A., & Firmansyah, A. (2018). Determinants of transfer pricing decisions in Indonesia manufacturing companies. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 22(2), 81–93. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol22.iss2.art1>
- Timesindonesia.co.id. 2017. Sri Mulyani: Pajak Masih Sumber Pendapatan Utama Negara(<https://www.google.com/amp/s/amp.timesindonesia.co.id/read/140912/20170120/210711/sri-mulyani-pajak-masih-sumber-pendapatan-utama-negara/>). Diakses Tanggal 16 September 2019 pukul 19.44 WIB.
- Waworuntu, S. R., & Hadisaputra, R. (2016). Determinants of transfer pricing aggressiveness in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*.