

## PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, DAN *TUNNELING INCENTIVE* PADA INDIKASI MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*

Gusti Ayu Rai Surya Saraswati<sup>1</sup>  
I Ketut Sujana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: raisurya.saraswati@ymail.com/ telp: +62 85 792 15 95 26

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Data sekunder dipergunakan dalam penelitian ini yang diperoleh dari mengakses web [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pengamatan. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi *non participant*. Regresi logistik merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Koefisien determinasi sebesar 0,274 yang berarti 27,4% indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel tersebut, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini menunjukkan masih banyak variabel di luar penelitian yang dapat menjelaskan *transfer pricing*.

**Kata kunci:** pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *transfer pricing*

### ABSTRACT

*This study was aimed to assess the effect of tax, bonus mechanism, and tunneling incentive on indication to performs transfer pricing. Secondary data was used by accessing the web [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The manufacturing companies that are listed in Bursa Efek Indonesia year 2012-2015 was used as population. The sampling technique was purposive sampling. The sample size in amount of 100 observations. Data was collected in non-participant observation method and was analyzed using logistic regression. The results showed that both of tunneling incentive and tax was giving a positive effect on indication to performs transfer pricing while the bonus mechanism didn't. The determination coefficients was 0.274, means 27.4% of indication to performs transfer pricing was affected by those variable, while the rest was explained by other variables. These results showed there are still many variables beyond this study to explain the transfer pricing.*

**Keywords:** tax, bonus mechanism, *tunneling incentive*, *transfer pricing*

### PENDAHULUAN

Globalisasi yang terjadi sejak beberapa tahun yang lalu membawa dampak disegala bidang salah satunya pada perkembangan dan kemajuan di bidang ekonomi dan bisnis. Perkembangan *transfer pricing* tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Globalisasi berperan mengurangi atau bahkan menghilangkan

hambatan antarnegara dalam rangka memudahkan arus barang, jasa, modal, dan sumber daya manusia antarnegara. Globalisasi telah memunculkan tumbuh dan berkembangnya perusahaan multinasional. Kemajuan yang pesat dalam teknologi, transportasi, dan komunikasi memberikan kemudahan bagi perusahaan multinasional dalam menempatkan usaha mereka di negara manapun di seluruh dunia.

Penentuan harga transfer adalah penentuan harga atas transaksi produk, jasa, transaksi finansial, ataupun *intangible assets* antar perusahaan yang berelasi. *Transfer pricing* digolongkan menjadi dua yaitu penentuan harga transfer antardivisi yang masih dalam satu perusahaan dan penentuan harga transfer atas transaksi antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Metode penentuan harga transfer untuk transaksi yang dilakukan antardivisi yang masih berada dalam perusahaan yang sama dinamakan *intra-company transfer pricing*. Sedangkan metode penentuan harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa disebut dengan *inter-company transfer pricing*. *Inter-company transfer pricing* sendiri dapat digolongkan menjadi *domestic transfer pricing* dan *international transfer pricing*. Perbedaan keduanya adalah *domestic transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berada di negara yang sama sedangkan *international transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berkedudukan di negara yang berbeda (Setiawan,2014). Dalam lingkungan perusahaan multinasional akan timbul transaksi hubungan istimewa dimana terjadi transaksi antar sesama anggota perusahaan atau dalam satu grup (*intra-group transaction*). Hal tersebut dapat menimbulkan adanya indikasi dilakukannya

praktik *transfer pricing* untuk penghindaran pajak, karena dilakukan dengan pihak istimewa maka penetapan harga jual dapat terjadi secara tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya.

Pengertian hubungan istimewa diatur di dalam Undang-undang Pajak Penghasilan. Pasal 18 ayat 4 UU Nomor 36 Tahun 2008, cakupan hubungan istimewa terjadi apabila ada penyertaan kepemilikan secara langsung maupun tak langsung minimal 25% pada Wajib Pajak lainnya. Lebih lanjut pengertian hubungan istimewa terjadi apabila beberapa wajib pajak secara langsung maupun tak langsung berada di bawah penguasaan yang sama. Sedangkan menurut PSAK 7, pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa. Lebih lanjut cakupan istimewa terjadi apabila beberapa perusahaan berada di bawah penguasaan yang sama (entitas sepengendali) termasuk entitas induk dan entitas anak. Transaksi hubungan istimewa ini dapat menyebabkan perbedaan harga transfer dimana harga menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Kurniawan, 2015:2).

Perbedaan tarif pajak yang berlaku antarnegara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer pricing*. (Hansen and Mowen, 2005:195). Perusahaan multinasional sering memanfaatkan

celah aturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia (Lubis, 2015). Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

Berikut adalah contoh kasus *transfer pricing* perusahaan multinasional yang pernah terjadi seperti kasus Google, Starbucks, dan Amazon ([www.bbc.com](http://www.bbc.com)). Starbucks Inggris misalnya mempergunakan beberapa taktik untuk memanipulasi laba dengan mentransfer keuntungan ke luar negeri. Taktik pertama adalah dengan melakukan *offshore licencing*. Starbucks Inggris mengklaim bahwa mereka tidak memiliki kekayaan intelektual atas lisensi resep, logo, dan desain. Hak kekayaan intelektual tersebut dipegang oleh perusahaan asal Belanda bernama Starbucks Coffee EMEA BV. Oleh karena itu, tiap tahun Starbucks Inggris membayar biaya lisensi yang cukup besar padahal hal tersebut dilakukan adalah untuk mentransfer keuntungan ke Belanda. Oleh perusahaan Belanda, pemasukan dari Inggris itu tergolong royalti dan dikenai pajak sangat kecil berdasarkan peraturan perpajakan Belanda. Taktik yang kedua yang dilakukan Starbucks berkaitan dengan pembelian kopi. Starbucks Inggris membeli biji kopi dari unit Starbucks yang berkedudukan di Swiss. Oleh karena itu, Starbucks

Inggris mengeluarkan biaya pembelian untuk biji kopi tersebut. Padahal sesungguhnya apa yang telah dilakukan Starbucks Inggris tersebut adalah cara mereka untuk melakukan manajemen pajak perusahaan mereka. Oleh Starbucks Swiss, transfer biji kopi tersebut dikategorikan sebagai penjualan komoditas dimana berdasarkan peraturan pajak Swiss hanya dikenai tarif 2%.

Indonesia praktek *transfer pricing* juga pernah dilakukan oleh PT Adaro Indonesia. PT Adaro menjual batubara ke Coaltrade Services International Pte. Ltd. yang merupakan perusahaan afiliasi yang berada di Singapura. Harga transfer batubara tersebut berada di bawah harga pasar, lalu oleh Coaltrade batubara ini dijual kembali sesuai harga pasar. Tentu praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT Adaro ini sangat merugikan Indonesia karena pendapatan dan laba yang diperoleh PT Adaro di Indonesia menjadi lebih rendah. Praktek *transfer pricing* ini terungkap karena ada kecurigaan terhadap dokumen laporan keuangan Coaltrade pada tahun 2002-2005. Dimana dalam laporan keuangan tersebut, terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dari Adaro. Bagaimana mungkin ini terjadi mengingat Adaro memiliki tambang yang besar tetapi memperoleh laba yang lebih sedikit ([www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)).

Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 juga mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Jacob (1996) menemukan bahwa *transfer pricing* mengakibatkan total pajak yang dibayar perusahaan lazimnya menjadi lebih rendah. Hal tersebut mendorong terjadinya pergeseran pendapatan dan laba yang dilakukan oleh perusahaan multinasional.

Beberapa peneliti telah mencoba meneliti tentang hubungan pajak pada *transfer pricing*, diantaranya oleh Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014), Syamsuddin (2014), dan Noviasatika dkk. (2016) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Swenson (2001) juga mengemukakan *tax* dan *import tariffs* berhubungan positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian dari Tan (2014), dan Marfuah (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali menguji pengaruh pajak pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Di samping motivasi untuk menurunkan pajak, mekanisme bonus juga mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Menurut Purwanti (2010), *tantien/bonus* adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktek *transfer pricing*. Hasil penelitian dari Lo *et al.* (2010) dimana bonus berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang dilaporkan dengan meningkatkan laba periode sekarang salah satunya dengan praktik *transfer pricing*. Hartati (2014) menyatakan bahwa 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.

Beberapa penelitian tentang mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* telah dilakukan, diantaranya Hartati (2014) yang menemukan bahwa mekanisme bonus mempunyai hubungan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2014), dan Mispiyanti (2015) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara mekanisme bonus pada indikasi *transfer pricing*. Sehubungan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali untuk menguji pengaruh mekanisme bonus pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling*. Gilson dan Gordon (2003) menyatakan ada beberapa langkah yang bisa ditempuh *majority shareholder* untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui kontrol kebijakan operasi perusahaan seperti dividen, bonus, gaji, dan tunjangan dan langkah untuk mendapat keuntungan pribadi melalui kebijakan kontraktual antara lain dengan *tunneling*. *Tunneling* adalah tindakan *majority shareholder* yang mengalihkan aset dan profit perusahaan untuk memperoleh manfaat privat, namun bebannya juga ikut ditanggung oleh *minority shareholder* (Zhang, 2004 dalam Mutamimah, 2008). *Tunneling* dapat dilakukan dengan melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan dengan pemegang saham mayoritas yang dilakukan dengan menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi (La Porta, *et al.* 2000).

Penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan oleh Yuniasih dkk. (2012), Pramana (2014), Syamsuddin (2014), Marfuah dan Azizah (2014), Tan (2014), Mispiyanti (2015), dan Noviasatika dkk. (2016) yang menemukan *tunneling incentive* mempunyai hubungan positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Alasan penggunaan perusahaan manufaktur sebagai sampel karena sebagian besar atau sebanyak 55,3% perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015 modalnya berasal dari penanaman modal asing dengan kepemilikan saham melebihi 20% sehingga mempunyai hubungan intern yang cukup penting dengan induk perusahaan di luar negeri (Data Sekunder Diolah, 2016).

Penggunaan periode penelitian tahun 2012 hingga 2015 dikarenakan adanya penerapan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 yang mengatur transaksi hubungan istimewa haruslah memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang mulai efektif diberlakukan pada November 2011, sehingga peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* setelah diberlakukannya peraturan tersebut. Selain itu, data yang digunakan lebih baru dan lebih menggambarkan perkembangan terbaru mengenai transaksi *transfer pricing*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan *empirical evidence* mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap indikasi *transfer pricing* sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan oleh pemerintah, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana pajak, mekanisme bonus, dan

*tunneling incentive* mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*.

*Grand theory* dalam penelitian ini adalah teori agensi. Teori keagenan menjelaskan bagaimana konflik yang terjadi akibat adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976). *Agency conflict* timbul akibat adanya asimetri informasi antara pemilik, dan manajer perusahaan dimana tujuan individu cenderung selalu diprioritaskan oleh manajer daripada tujuan perusahaan. Dengan adanya wewenang yang diberikan oleh pemegang saham kepada manajer, maka aktiva dari entitas dikelola oleh manajer sehingga manajer memiliki kesempatan untuk melakukan transaksi hubungan istimewa untuk melakukan manajemen pajak.

Teori Akuntansi Positif juga dapat dijadikan acuan yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana prosedur akuntansi yang dipilih manajer sehingga dapat memaksimalkan laba untuk mengejar bonus yang ditetapkan oleh pemilik perusahaan. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba perusahaan secara keseluruhan maka logis bila manajer melaporkan laba bersih setinggi mungkin.

Seperti tercantum dalam Peraturan Dirjen Pajak (PER-32/PJ/2011) Pasal 1 ayat 8, proses dalam menentukan harga transfer antarpihak istimewa disebut dengan *transfer pricing*. Modus penentuan harga transfer yang dilakukan untuk melakukan praktik penghindaran pajak adalah dengan memanipulasi harga transaksi yang dibebankan antara perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa untuk meminimalisir total beban pajak terutang grup

perusahaan (Rahayu, 2010). Secara universal, penentuan harga atas transfer produk, jasa, dan transaksi lainnya antarperusahaan berelasi disebut dengan *transfer pricing* (Mongoting, 2000). Menurut UU Pajak Penghasilan (UU No. 36 Tahun 2008), pengertian pajak yakni: “Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Smeets mendefinisikan: “Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa ada kalanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual; maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah” (Suandy, 2011:9). Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pajak adalah setoran wajib (dapat dipaksakan) yang dibayar berdasarkan undang-undang, tidak mendapat balas jasa secara langsung, dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Suryatiningsih,dkk. (2009) mekanisme bonus direksi adalah metode penghitungan bonus atas pencapaian kinerja dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Bonus diberikan oleh pemilik kepada direksi apabila perusahaan mencapai laba tertentu secara keseluruhan. Irpan (2011), juga mengemukakan bahwa mekanisme bonus adalah metode pemberian kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi bersangkutan.

Apabila remunerasi direksi didasarkan atas besarnya laba, logis bila direksi memaksimalkan penerimaan remunerasinya tersebut dengan melakukan

manipulasi laba. Horngren (2008:428), menyebutkan bahwa kompensasi bonus diukur berdasarkan pencapaian *team* dan sebagai *team* perusahaan haruslah bersedia untuk dapat saling bekerja sama. Jadi profit perusahaan secara keseluruhan menjadi landasan atas pemberian bonus bukan berdasarkan laba divisi.

*Tunneling* merupakan tindakan pemegang saham pengendali dalam mengalihkan aktiva dan keuntungan perusahaan dimana pemegang saham minoritas juga ikut menanggung pembebanan biayanya padahal transfer tersebut hanya menguntungkan pemegang saham pengendali (Mutamimah, 2009). Kemudian menurut Johnson (2000), *tunneling* berupa transfer aset dan laba perusahaan untuk keuntungan dari pemilik mayoritas (*controlling*). Jadi dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* adalah insentif yang didapat dari pengalihan aset dan laba perusahaan oleh pemegang saham mayoritas namun pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya.

Aparatur perpajakan atau otoritas fiskal selalu menginginkan transaksi hubungan istimewa tetap berdasar pada prinsip kewajaran dan bersifat *arm's length*. Negara-negara berkembang tak terkecuali Indonesia telah meyakini bahwa perusahaan multinasional yang berdiri di Indonesia menggunakan celah-celah peraturan perpajakan yang ada di luar negeri untuk memindahkan pendapatan dan profit perusahaan ke luar negeri melalui praktik *transfer pricing* dengan berbagai macam cara, sanggahan, dan justifikasi atas manipulasi transaksi tersebut sehingga mengurangi pendapatan pajak Indonesia. Dalam praktek *transfer pricing*

yang perlu difokuskan oleh aparaturnya perpajakan adalah afiliasi (*associated enterprises*) dan prinsip kewajaran atas transaksi tersebut (Mispiyanti, 2015).

Karakteristik hubungan antara entitas induk yang ada di luar negeri dengan *subsidiaries* yang ada di Indonesia dalam pandangan pajak merupakan entitas yang terpisah. Dengan demikian, kedua perusahaan baik perusahaan anak dan perusahaan induk ini melakukan transaksi yang diatur sedemikian rupa sehingga perusahaan yang berada di Indonesia menderita kerugian namun bisnisnya di luar Indonesia mengalami keuntungan Rahayu (2010). Hal ini dilakukan dengan memindahkan pendapatannya dari perusahaan anak di Indonesia ke perusahaan induk yang berada di negara lain, sehingga total pajak yang dibayarkan perusahaan ke negara menjadi berkurang. Hal tersebut didukung oleh pendapat Gusnardi (2009) yang mengemukakan bahwa untuk meminimalisir total beban pajak keseluruhan, maka praktek *transfer pricing* dipilih oleh perusahaan-perusahaan multinasional. Sebagaimana dinyatakan Bernard *et al.* (2006) bahwa penentuan harga transfer antarpihak berelasi berpengaruh pada pajak dan tarif impor negara tujuan. Yuniasih dkk. (2012) menemukan bahwa pajak berhubungan positif pada indikasi penentuan harga transfer. Untuk menekan pajak perusahaan maka logis bila manajer memilih melakukan *transfer pricing*. Hipotesis pertama yang dapat dirumuskan adalah:

H<sub>1</sub>: Pajak berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Pemilik biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi. Sebagian perusahaan menggunakan *bonus plan* dan

beberapa perusahaan tidak menerapkan praktek ini. Dalam *bonus plan hypothesis*, manajer perusahaan pada dasarnya menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya dengan mengubah laba yang dilaporkan. Untuk memaksimalkan laba periode kini, maka manajer harus menyesuaikan dengan prosedur akuntansi yang diterapkan apabila ada rencana pemberian bonus oleh pemilik. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba perusahaan secara keseluruhan maka logis bila manajer melaporkan laba bersih yang tinggi. Apabila komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih, maka manajer leluasa memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan praktek *transfer pricing*.

Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan oleh pemilik kepada direksi. Oleh sebab itu, praktek *transfer pricing* dipilih oleh direksi untuk memaksimalkan laba perusahaan. Hal ini juga didukung oleh Healy (1985) yang membuktikan bahwa manajer akan menerapkan metode akrual apabila mekanisme bonus yang diberikan pemilik berdasarkan pada laba bersih. Menurut Lo *et al.* (2010) bonus berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang dilaporkan dengan meningkatkan laba periode sekarang salah satunya dengan praktek *transfer pricing*. Selain itu, Hartati dkk. (2014) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa pemilik perusahaan akan mempertimbangkan pencapaian laba perusahaan yang dicapai secara keseluruhan untuk melakukan penilaian atas prestasi kerja direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal

mungkin menaikkan laba perusahaan secara keseluruhan dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Hipotesis kedua yang dirumuskan adalah:

H<sub>2</sub>: Mekanisme bonus berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

*Tunneling* merupakan tindakan mengalihkan aktiva dan laba perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas (Aharony *et al.* 2010). Transaksi antarpihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *tunneling*. Contoh *tunneling* adalah menahan deviden, mentransfer aktiva dari entitas yang mereka kendalikan ke entitas lain yang pemegang saham pengendali miliki dengan mengesampingkan prinsip kewajaran usaha dan menempatkan sanak saudaranya menjabat posisi penting dalam perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi (Johnson, 2000).

Dapat disimpulkan bahwa para pemilik saham mayoritas akan melakukan cara-cara yang dapat menghasilkan laba yang tinggi dan mengorbankan hak-hak pemegang saham minoritas. Salah satu caranya adalah dengan *transfer pricing* (Pramana, 2014). Hipotesis ketiga yang dapat dirumuskan adalah:

H<sub>3</sub>: *Tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

## METODE PENELITIAN

Lokasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2012-2015. Data kuantitatif berupa data dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diubah menjadi angka yang didapat dari laporan tahunan perusahaan dan data kualitatif berupa *list* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dengan mengakses sumber sekunder [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yaitu mengumpulkan data laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2012-2015.

Populasi menggunakan seluruh perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2012-2015. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Empat kriteria ditetapkan dalam penelitian ini untuk berhak dijadikan sampel. Kriteria pertama yaitu perusahaan manufaktur di bawah kendali perusahaan asing dengan persentase kepemilikan sama dengan atau melebihi 20% sesuai dengan PSAK 15. Kriteria kedua adalah perusahaan manufaktur menggunakan mata uang rupiah dalam penyajian laporan keuangannya karena mempertimbangkan perubahan kurs yang berfluktuatif. Kriteria ketiga adalah perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode penelitian. Kriteria terakhir adalah perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian dalam kurun waktu penelitian, karena jika mengalami kerugian perusahaan tersebut tidak diwajibkan untuk membayar pajak, sehingga tidak relevan digunakan sebagai sampel.

Variabel *transfer pricing* diproksikan dengan ada atau tidaknya penjualan kepada pihak istimewa. Penjualan kepada pihak istimewa diindikasikan terdapat praktik *transfer pricing*. Harga yang ditetapkan dalam penjualan terhadap pihak berelasi biasanya mengesampingkan prinsip kewajaran bisa dengan menaikkan atau menurunkan harga (Noviastika dkk. 2016). Kriteria *dummy* yang digunakan adalah nilai 1 apabila perusahaan melakukan transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain, sedangkan nilai 0 untuk entitas yang tidak mengadakan penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain.

Variabel pajak diukur dengan *effective tax rate* (ETR) dimana ETR adalah sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. ETR sering dipergunakan sebagai landasan oleh *stakeholder* dalam pengambilan keputusan dan memutuskan kebijakan serta untuk mengetahui tata kelola perpajakan yang diterapkan oleh suatu entitas (Ardyansah, 2014).

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense} - \text{Differed Tax Expense}}{\text{Laba Kena Pajak}} \dots\dots\dots(1)$$

Bonus adalah imbalan yang diberikan pemilik perusahaan kepada manajer karena memenuhi sasaran kinerja perusahaan. Seorang manajer mungkin memperoleh bonus berdasarkan laba bersih, atau menurut target kenaikan laba bersih (Hansen and Mowen, 2005:132). Sehingga untuk variabel ini akan diukur dengan rumus ITRENDLB yaitu berdasarkan prosentase pencapaian laba bersih pada tahun t terhadap laba bersih pada tahun t-1 (Suryatiningsih 2009) dan (Irpan 2010).

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1} \dots\dots\dots(2)$$

Untuk laba bersih tahun 2011, didapat dari neraca komparatif perusahaan sampel pada laporan keuangan tahun 2012.

Variabel *tunneling incentive* pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham asing yang melebihi 20% (dua puluh persen). Entitas dianggap berpengaruh signifikan baik secara langsung ataupun tak langsung terhadap entitas lainnya apabila menyertakan modal 20% atau lebih berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sebanyak 25 perusahaan manufaktur yang telah memenuhi kriteria selama 4 periode pengamatan yaitu dari tahun 2012-2015, sehingga jumlah sampel berjumlah 100 pengamatan. Tabel 1 merupakan tahap pemilihan sampel yang sudah dilakukan.

**Tabel 1.**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015	132
Perusahaan manufaktur dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan kurang dari 20%	(41)
Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya menggunakan mata uang selain rupiah	(15)
Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan ke Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dalam periode 2012-2015	(6)
Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2012-2015	(45)
Total sampel berdasarkan kriteria	25
Tahun pengamatan	4
Jumlah pengamatan	100

*Sumber:* data diolah, 2016

**Tabel 2.**  
**Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Std. Deviasi
Pajak	100	0,091	0,449	0,262	0,057
Mekanisme Bonus	100	0,262	2,599	1,066	0,381
<i>Tunneling Incentive</i>	100	0,265	0,970	0,587	0,221
<i>Transfer Pricing</i>	100	0,000	1,000	0,630	0,485
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data diolah, 2016

Tabel 2 di atas merupakan tampilan hasil uji statistik deskriptif. Pada Tabel 2, variabel *transfer pricing* (Y) mempunyai nilai terendah 0 dan nilai tertinggi 1. Sedangkan rata-ratanya 0,63, dan standar deviasi senilai 0,485. *Mean* sebesar 0,63 atau setara dengan 63% menunjukkan bahwa transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain terjadi pada 63 pengamatan, yang berarti *transfer pricing* terjadi pada sebagian besar pengamatan.

Nilai rata-rata (*mean*) dari  $X_1$  yaitu pajak yakni sebesar 0,262 atau setara dengan 26,2% yang menunjukkan bahwa beban rata-rata pajak perusahaan sampel adalah sebesar 26,2% dari laba sebelum pajak. Variabel pajak ( $X_1$ ) memiliki nilai terendah 0,091 dan nilai tertinggi 0,449 dengan standar deviasinya senilai 0,057. Perusahaan dengan ETR terendah sebesar 0,091 yaitu perusahaan dengan kode emiten BATA dan yang terbesar sebesar 0,449 yaitu perusahaan dengan kode emiten SMCB.

Nilai rata-rata (*mean*) dari  $X_2$  yaitu mekanisme bonus yakni sebesar 1,066 atau setara dengan 106,6%. Rata-rata mekanisme bonus perusahaan sampel sebesar 106,6% memiliki arti bahwa prosentase pencapaian laba bersih perusahaan pada tahun t terhadap tahun sebelumnya rata-ratanya adalah sebesar 6,66%. Variabel mekanisme bonus ( $X_2$ ) memiliki nilai terendah sebesar 0,262 dan nilai tertinggi sebesar 2,599 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,380.

Perusahaan dengan indeks tren laba bersih terendah sebesar 0,262 yaitu perusahaan dengan kode emiten SMCB dan yang terbesar sebesar 2,599 yaitu perusahaan dengan kode emiten CEKA.

Nilai rata-rata (*mean*) dari  $X_3$  yaitu *tunneling incentive* yakni sebesar 0,587 atau setara dengan 58,7% yang menunjukkan bahwa kepemilikan saham perusahaan sampel dikuasai oleh beberapa pihak saja. Variabel *tunneling incentive* ( $X_3$ ) memiliki nilai terendah sebesar 26,5 persen dan nilai tertinggi sebesar 97 persen dengan nilai standar deviasi sebesar 0,220. Perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan asing yang terendah sebesar 27 persen yaitu perusahaan dengan kode emiten ROTI dan yang terbesar sebesar 97 persen yaitu perusahaan dengan kode emiten HMSP. Berikut ini adalah pembahasan hasil uji analisis regresi logistik.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	Df	Sig
1	8,395	8	0,396

Sumber: data diolah, 2016

Bedasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Hosmer and Lemeshow* yaitu sebesar 0,396. Sehingga jauh melebihi 0,05 maka dapat dikatakan model dan data tidak ada perbedaan sehingga model dikatakan fit.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Overall Model Fit**

-2 Log Likelihood (-2LogL) pada awal	131,795
-2 Log Likelihood (-2LogL) pada akhir	109,396

Sumber: data diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4, terjadi penurunan nilai -2LogL yang awalnya sebesar 131,795 kemudian sebesar 109,396 -2LogL pada akhir. Terjadinya penurunan

nilai ini menunjukkan data empiris sesuai dengan modelnya, sehingga model dapat dikatakan fit.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Nagelkerke's R Square**

Step	-2 Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	109,396 <sup>a</sup>	0,201	0,274

Sumber: data diolah, 2016

Bisa dilihat pada Tabel 5 di atas, nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0,274 atau 27,4% memiliki makna bahwa 27,4% transaksi *transfer pricing* dapat dijelaskan oleh variabel pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive*. Sedangkan sisanya sebanyak 72,6% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Classification Table**

	Observed	Predicted		Percentage Correct	
		Transfer Pricing			
		0	1		
Step 1	Transfer Pricing	0	19	18	51,4
		1	16	47	74,6
Overall Percentage					66

Sumber: data diolah, 2016

Pada Tabel 6, kekuatan prediksi dari model regresi untuk probabilitas indikasi melakukan *transfer pricing* senilai 74,6 persen. Dengan model regresi tersebut, maka terdapat 47 perusahaan atau 74,6 persen perusahaan yang diprediksi akan melakukan keputusan *transfer pricing* dari total 63 perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing*. Sedangkan kekuatan prediksi model regresi untuk probabilitas perusahaan tidak terindikasi melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 51,4 persen. Dengan model regresi tersebut, terdapat sebanyak 19 perusahaan atau 51,4 persen perusahaan yang diprediksi tidak melakukan keputusan *transfer pricing* dari total 37 perusahaan yang tidak melakukan

keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan Tabel 7 dapat disajikan persamaan regresi logistik sebagai berikut.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Regresi Logistik**

		<b>B</b>	<b>S.E.</b>	<b>Wald</b>	<b>df</b>	<b>Sig.</b>	<b>Exp(B)</b>
Step 1 <sup>a</sup>	X <sub>1</sub>	8,574	4,260	4,052	1	0,044	5291,909
	X <sub>2</sub>	0,282	0,681	0,172	1	0,678	1,326
	X <sub>3</sub>	5,158	1,277	16,313	1	0,000	173,787
	X <sub>4</sub>	-4,874	1,760	7,666	1	0,006	0,008

Sumber: data diolah, 2016

$$\text{Ln} \frac{\text{TP (Y)}}{1-\text{TP (Y)}} = -4,874 + 8,574 X_1 + 0,282 X_2 + 5,158 X_3 + e$$

**Keterangan:**

- Y = *transfer pricing*
- α = konstanta
- β<sub>1</sub> dan β<sub>2</sub> = koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = pajak
- X<sub>2</sub> = mekanisme bonus
- X<sub>3</sub> = *tunneling incentive*
- e = *error term*

Koefisien variabel X<sub>1</sub> (pajak) sebesar 8,574 memiliki makna apabila variabel pajak mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* juga akan mengalami kenaikan sebesar 8,574 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan. Koefisien variabel X<sub>2</sub> (mekanisme bonus) sebesar 0,282 memiliki makna apabila variabel mekanisme bonus naik sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,282 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan. Koefisien variabel X<sub>3</sub> (*tunneling incentive*) sebesar 5,158 memiliki makna apabila variabel mekanisme bonus naik sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* juga akan mengalami kenaikan sebesar 5,158 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan.

Pada Tabel 7, terlihat *level of significant* dari variabel pajak sebesar 0,044 dan *level of significant* variabel *tunneling incentive* sebesar 0,000 dapat dikatakan kurang dari 0,05. Hal ini memiliki makna bahwa  $H_1$  dan  $H_3$  diterima yang artinya variabel pajak dan *tunneling incentive* berhubungan positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Sedangkan *level of significant* variabel mekanisme bonus sebesar 0,678 lebih tinggi dari 0,05 sehingga hipotesis kedua ditolak yang artinya mekanisme bonus tidak mempunyai pengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Untuk menurunkan total beban pajaknya, perusahaan manufaktur memilih untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan transaksi ke perusahaan lain yang berada di negara lain yang masih terafiliasi. Probabilitas perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan meningkat apabila suatu negara menetapkan tarif pajak yang tinggi. Sehingga perusahaan yang mendapatkan laba tinggi tersebut yang berada di negara yang memiliki tarif pajak tinggi akan menggeser laba dan pendapatannya ke negara yang tergolong *low tax countries*.

Asimetri informasi yang terjadi antara pemegang saham dan pihak manajemen memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melaksanakan kegiatan yang tidak sepenuhnya diketahui oleh pemegang saham. Dalam hal ini, manajemen memanfaatkan celah peraturan perpajakan antarnegara yang berbeda untuk melakukan praktek *transfer pricing* untuk menurunkan beban pajak.

Penelitian ini konsisten dengan hasil dari penelitian Bernard *et al.* (2006), Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014), Syamsuddin (2014), dan Noviasatika dkk. (2016). Gusnardi (2009), juga menyebutkan bahwa

perusahaan multinasional mengurangi beban pajak global perusahaan mereka dengan melakukan *transfer pricing*. Chan and Chow (1997) juga menyatakan bahwa manajemen dapat memanfaatkan *transfer pricing* sebagai mekanisme pengalihan keuntungan antarperusahaan guna mengurangi pajak dan mengalihkan sumber daya (*resources*) dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang masih satu kepemilikan. Namun hasil penelitian dari Marfuah (2014) menemukan hal yang berbeda yaitu tingginya tarif pajak yang ditetapkan sama sekali tidak mempengaruhi perusahaan dalam melakukan transaksi hubungan istimewa.

Tidak berpengaruhnya mekanisme bonus pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dapat terjadi karena ketidakkonsistenan perusahaan manufaktur dalam menaikkan laba dari tahun ke tahun. Bisa dilihat dari nilai rata-rata indeks tren laba bersih perusahaan manufaktur pada tahun 2012-2015 sangat kecil hanya sebesar 6,66%. Selain itu, hal ini mungkin terjadi juga karena perusahaan manufaktur memiliki mekanisme pengawasan *stakeholder* yang baik. Hal ini mungkin sudah diantisipasi dengan keberadaan komite audit yang memiliki kapasitas dan pengalaman di bidang akuntansi keuangan sehingga mampu mendeteksi kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan sehingga dapat segera diperbaiki. (Ariyani dan Harto, 2014).

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian dari Lo *et al.* (2010) yang menemukan transaksi *transfer pricing* dimanfaatkan oleh manajemen untuk menaikkan laba apabila ada sistem pemberian bonus berbasis laba yang diterapkan oleh perusahaan. Hartati dkk. (2014) juga menemukan bahwa penilaian prestasi kerja direksi akan menjadi dasar bagi pemilik perusahaan untuk

memberikan bonus atas capaian laba perusahaan sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Namun, hasil penelitian ini sama dengan Mispianiti (2015) dan Pramana (2014) yang menemukan bahwa mekanisme bonus tidak mempunyai hubungan pada *transfer pricing*.

Entitas yang kepemilikannya terpusat pada satu pihak cenderung akan melakukan *tunneling* melalui transaksi *transfer pricing*. Apabila pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar dalam suatu perusahaan, maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu, ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri daripada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

Dwinanto (2010) menyatakan bahwa *tunneling* dapat dilakukan dengan cara bertransaksi ke perusahaan berelasi dengan harga yang lebih rendah dimana hal tersebut menguntungkan pemegang saham pengendali. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yuniasih dkk., (2012), Mispianiti (2015), Noviaastika (2016), Syamsuddin (2014), dan Marfuah (2014) menyatakan bahwa insentif yang didapat oleh pemegang saham pengendali atas transfer aset, profit,

dan lainnya ke perusahaan yang mereka miliki mempengaruhi perusahaan tersebut dalam melakukan *transfer pricing*.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik simpulan dari penelitian ini yaitu variabel pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Namun variabel mekanisme tidak menunjukkan adanya pengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Variabel pajak berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*, dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain dengan tujuan untuk menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu entitas. Entitas melakukan transaksi hubungan istimewa dengan mentransfer kekayaan ke entitas lain yang berada di luar negeri untuk menurunkan laba sehingga dapat mengurangi beban pajak grup perusahaan

Variabel mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa bonus yang diberikan pemilik perusahaan kepada direksi yang didasarkan atas besarnya laba yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan *bonus plan hypothesis* tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan pengaruh positif pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, dimana entitas dengan kepemilikan yang hanya dikuasai oleh beberapa pihak dimana pihak yang menguasai entitas ini cenderung bertindak yang hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan *tunneling* dengan melakukan

transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan manfaat privat yang diperoleh pemegang saham pengendali tetapi pemegang saham minoritas juga ikut menanggung beban dari transaksi ini.

Masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga ada beberapa saran yang dapat dikemukakan untuk mengatasi keterbatasan tersebut dan diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik yaitu: koefisien determinasi hanya sebesar 27,4%, pada penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain sehingga dapat menaikkan koefisien determinasi salah satunya *debt covenant*. Sesuai dengan *the debt covenant hypothesis*, perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba semakin tinggi (Pramana, 2014). Penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti dengan menambah tahun penelitian sehingga didapat hasil yang lebih sempurna.

## REFERENSI

- Aharony, J., J. Wang, and H. Yuan. 2010. Tunneling as An Incentive for Earnings Management During The IPO Process in China. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29(1): 1-26.
- Ariyani, N. F. dan Harto, P. 2014. Pengaruh Mekanisme Pengawasan Stakeholder terhadap Tindakan Agresivitas Pajak. *Jurnal Universitas Diponegoro*, 3(4): 1-12.
- 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 L. Chow. 1997. International Transfer Pricing For Business Operations In China: Inducements, Regulation And Practice. *Journal of Business Finance & Accounting*, 24(9-10): 1.269–1.289.

- 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.
- 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.
- Gilson, R. J., dan J. N. Gordon. 2003. Controlling Controlling Shareholders. *Working Paper* Columbia Law School The Center for Law and Economic Studies 435 West 116th St. New York, NY 10027-7201.
- Guing, Aaron dan Farahmita, Aria. 2011. Manajemen Laba dan Tunneling Melalui Transaksi Pihak Istimewa di Sekitar Penawaran Saham Perdana. *Simposium Nasional Akuntansi XIV, Aceh*. 20-23 Juli 2011.
- Gusnardi. 2009. Penetapan Harga Transfer Dalam Kajian Perpajakan. *Pekbis Jurnal*, 1(1): 36-43.
- Hansen and Mowen. 2005. *Akuntansi Manajerial Buku 2 Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen and Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial Buku 1 Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartati, W., Desmiyawati, dan Azlina, N. 2014. Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Simposium Nasional Akuntansi XVII, Mataram*. 24-27 September: 1-18.
- Hartati, W., Desmiyawati, dan Julita. 2015. Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII Medan*. 16-19 September: 1-18.
- Healy, P. 1985. The effect of Bonus Schemes on Accountings Decision. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1-3): 85-107.
- Horngren, T, Charles, Srikant M, Datar, dan George Foster. 2008. *Akuntansi Biaya: dengan Penekanan Manajerial*. Jakarta: Erlangga.
- Ilyas, Wirawan B., dan Rudy, Suhartono. 2009. *Panduan Komprehensif, Mudah dan Praktis, Pajak Penghasilan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2014. *Standar Akuntansi Keuangan Edisi Revisi 1 Januari 2015: Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 7 mengenai Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi*.

- Ikatan Akuntan Indonesia. 2014. *Standar Akuntansi Keuangan Edisi Revisi 1 Januari 2015 : Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 15 mengenai Investasi Pada Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama*. Jakarta.
- Jacob, J. 1996. Taxes and Transfer Pricing: Income Shifting and The Volume of Intrafirm Transfer. *Journal of Accounting Research*, 34(2): 301-312.
- Jensen, M. and W.H. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305-360.
- Johnson, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer., A., 2000. Tunneling. *The American Economic Review*. 90(2): 22-27.
- Kurniawan, A. M. 2015. *Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak*. Yogyakarta: Andi Offset.
- La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, and R.W. Vishny. 2000. Investor Production and Corporate Governance. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2): 3-27.
- Liu, Q. dan Z. Lu. 2007. Corporate Governance and Earnings Management in the Chinese Listed Companies: A Tunneling Perspective. *Journal of Corporate Finance*, 13(5): 881-906.
- 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.
- Marfuah dan 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.
- Mongoting, Y. 2000. Aspek Perpajakan dalam Praktik Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1): 69-82.
- Mutaminah. 2008. Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *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.
- 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.
- Purwanti, L. 2010. Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Managemen Laba, dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2): 430-436.
- Rahayu, N. 2010. Evaluasi atas Praktik Penghindaran Pajak Penanaman Modal Asing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(1): 61-78.
- Santoso, Iman. 2004. Advance Pricing Agreement dan Problematika Transfer Pricing dari Perspektif Perpajakan Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(2): 123-139.
- Siti Resmi. 2012. *Perpajakan: Teori dan Kasus Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suandy, Erly. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan ,* Edisi ke-15. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suryatiningsih, N. dan Siregar, S. V. 2009. Pengaruh Skema Bonus Direksi Terhadap Aktivitas Manajemen Laba: Studi Empiris Pada BUMN Periode Tahun 2003-2006. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi, Pontianak. 23-26 Juli*: 1-30.
- Swenson, D. L. 2001. Tax Reforms and Evidence of Transfer Pricing. *National Tax Journal*, 54(1): 7-25.
- Syamsuddin, Erny. 2014. Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Karakter Eksekutif terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Tesis Universitas Bina Nusantara*.
- Tan Hung Wen. 2014. Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Skripsi Universitas Widya Mandala, Madiun*.

Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*, Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.

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 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Universitas Udayana*.