
Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism Dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Devi Ayu Putri¹, Marito Simanjuntak²

¹Universitas Medan Area

²Universitas Medan Area

E-mail: deviputrisrt@gmail.com¹, marito_simanjuntak@icloud.com²

Article History:

Received: 30 November 2022

Revised: 6 Februari 2023

Accepted: 8 Februari 2023

Keywords: *Tunneling; Bonus; Convenant; Transfer Pricing*

Abstract: *The purpose of this study is to ascertain how transfer pricing decisions are impacted by the tunneling incentive, bonus mechanism, and debt covenant. This kind of study uses quantitative data types and causal association. 26 companies made up the study's population utilizing a purposive sample technique. There are 16 companies out of a total of 48 based on these criteria. The findings demonstrate that, either partially or concurrently, the tunneling incentive, bonus mechanism, and debt covenant all have a favorable and significant impact on transfer pricing decisions. These findings support the predefined hypothesis, supporting the validity of all hypotheses.*

PENDAHULUAN

Salah satu imbas globalisasi adalah pertumbuhan ekonomi dan industri global. Pangsa pasarnya tidak cuma menaik di tingkatan nasional, tetapi pula telah memasuki pasar global. Perihal ini mendesak para pelaksana bisnis supaya mendirikan anak industri dan cabang di berbagai negara. Industri multinasional bakal dihadapkan dengan kasus yang berkaitan dengan selisih tarif pajak yang berlaku di tiap negeri, kasus utama yang dialami berkaitan dengan investasi asing salah satunya yaitu transfer pricing (Ratna dan Raden, 2018)

Mulanya industri cuma memanfaatkan strategi penentuan harga transfer guna memperhitungkan serta melacak kinerja tiap divisi operasional maupun departemen industry (Fitri, 2018). Akan tetapi, yang terjadi disaat ini ialah transformasi ketentuan harga transfer jadi alat untuk bisnis guna mengurangi beban pajak mereka secara totalitas, yang berlaku buat bisnis multinasional serta dalam negeri (Mispuyanti, 2015). Kebijakan keputusan harga transfer dijadikan buat megurangi jumlah pajak yang dibayarkan; pada saat beban pajak bertambah, sehingga bakal mendesak pelaku bisnis guna membuat keputusan transfer pricing supaya beban pajak senantiasa rendah (Mispuyanti, 2015). Oleh karena itu, disebabkan industri sering mengalihkan bea pajak mereka dari negara dengan tarif pajak besar ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, keputusan penentuan harga transfer industri multinasional sering mengakibatkan hilangnya kemampuan pendapatan pajak.

Salah satu industri yang berkembang sangat cepat yaitu bagian produk konsumen. PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk di Indonesia pada tahun 2019 melaksanakan aktivitas transfer pricing dengan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk serta PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam pembelian bahan baku, setelah itu melaksanakan penjualan ke PT Indomarco Prisma pada tahun 2019 sebesar Rp. 1.221.194.428.452 ataupun 36,59% yang serta diketahui sebagai fenomena yang mengindikasikan praktek transfer pricing di Indonesia. Banyak bisnis sudah melaporkan kalau mereka hendak mengurangi laba bersih mereka guna membayar pajak lebih sedikit antara tahun 2018 serta 2022, serupa PT Unilever yang laba bersihnya turun sebesar 4,37%. PT. Mayora Indah turun sebesar 0,51%, serta sangat besar ialah PT. Garudafood Tbk turun sebesar 19,9%. Perihal ini juga diprakasai oleh daerah usaha yang menghadapi penurunan penjualan disebabkan oleh pandemi covid-19. Sampai disaat ini ada lebih dari 7 industri multinasional yang melaksanakan pengurangan beban pajak alami pengurangan laba dengan gejala melaksanakan transfer pricing terhitung ketiga industri diatas ([www. detikfinance.com](http://www.detikfinance.com), 2019).

Harga transfer telah menjadi subjek dari banyak penelitian. Setiap peneliti menggunakan berbagai variabel untuk menghasilkan berbagai hasil. Dalam studi mereka tentang bagaimana tunneling incentives mempengaruhi pilihan manajemen untuk menggunakan transfer pricing pada tahun 2018, Hasan dan Elia menemukan bahwa ternyata ada hubungan antara variabel tunneling incentive dan transfer pricing. Berbeda dengan pernyataan Vinola dan Anne (2019) bahwa tunneling incentive mempengaruhi keputusan manajemen untuk menerapkan transfer pricing. menggabungkan variabel insentif harga transfer dengan tunneling. Berbeda dengan pernyataan Vinola dan Anne (2019) bahwa tunneling incentive mempengaruhi keputusan manajemen untuk menerapkan transfer pricing.

Bonus Mechanism adalah faktor lebih lanjut yang mungkin relevan. Purwanti (2010) tidak setuju dengan pernyataan Saraswati dan Sujana (2017) bahwa mekanisme bonus dan praktik transfer pricing terkait dengan cara apapun dalam artikel mereka Saraswati dan Sujana (2017). Hal ini juga diungkapkan oleh penelitian Ratna dan Raden tahun 2018 lalu. Pada tahun 2017, Ria, Rita, dan Kharis melakukan penelitian mengenai hubungan antara debt covenant dan pilihan manajemen untuk harga transfer. Temuan mereka menunjukkan bahwa ada hubungan antara dua faktor. Eling dan Abdullah (2018), di sisi lain, kemudian membantah pandangan ini dan berpendapat sebaliknya, bahwa tidak ada korelasi antara tindakan manajemen untuk mengimplementasikan perjanjian hutang dan harga transfer.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Pengertian *Transfer Pricing*

Transfer pricing adalah ketika suatu divisi dalam satu atau dua perusahaan yang memiliki hubungan khusus mengenakan harga yang sama untuk setiap barang atau jasa (Yuniasih, 2012). Menurut Pricewaterhouse (2009) dan Yuniasih (2012), para ahli mengakui bahwa korporasi dapat menghindari pajak berganda dan rentan terhadap eksploitasi dengan menggunakan transfer pricing. Untuk tujuan memaksimalkan pengeluaran dan, pada akhirnya, pendapatan, laba dapat ditransfer ke negara-negara yang memiliki tarif pajak rendah.

Pengaruh Tunneling Incentives terhadap Transfer Pricing

Kepemilikan saham dapat berdampak pada pilihan untuk menggunakan transfer pricing. Konflik antara pemegang saham dominan dan pemegang saham minoritas terjadi dari sistem kepemilikan terkonsentrasi di Indonesia yang menguntungkan sejumlah kecil pemilik.

Karena kecenderungan Indonesia untuk kepemilikan saham terkonsentrasi, pemegang saham pengendali dan minoritas telah muncul (Hartati 2015). Menurut penelitian Hartati (2015), tunneling incentives berdampak pada keputusan transfer pricing. Karena perusahaan harus membagikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya, transaksi pihak berelasi lebih sering digunakan untuk mentransfer kekayaan kepada pemegang saham mayoritas daripada pembayaran dividen. Menurut Mispriyanti (2015) dan Syamsuddin (2014), insentif tunneling berpengaruh signifikan terhadap pilihan transfer pricing. Menurut Pramana (2014), tunneling incentives secara signifikan mempengaruhi pilihan perusahaan untuk menerapkan transfer pricing. Kemudian, sebuah studi terkait oleh Yuniasih (2012) menemukan bahwa tunneling incentives memiliki dampak yang menguntungkan pada pilihan harga transfer, suatu keadaan unik di mana kepemilikan saham di perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi, menciptakan kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk terlibat dalam pembuatan terowongan. Menurut Mutamimah (2009), strategi merger dan akuisisi merupakan cara bagi pemegang saham dominan untuk melakukan tunnel, yang berdampak buruk bagi saham minoritas. Berdasarkan uraian sebelumnya, berikut adalah hipotesis penelitian:

H1: *tunneling incentives berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing.*

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Menurut Purwanti (2010), bonus adalah imbalan yang diberikan kepada anggota dewan oleh RUPS jika usahanya menguntungkan. Struktur bonus ini akan mempengaruhi kompensasi manajemen di bidang engineering. Untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka terima, manajer akan sering melakukan aktivitas yang mengontrol laba bersih, seperti menggunakan transfer pricing. Besarnya mekanisme bonus yang ditentukan oleh formula profitabilitas akan berdampak pada keputusan transfer pricing menurut Hartati (2015). Berdasarkan uraian sebelumnya, berikut adalah hipotesis penelitian:

H2: *Mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing*

Pengaruh Debt Covenant terhadap Transfer Pricing

Perjanjian hutang berdampak pada keputusan manajemen untuk menggunakan harga transfer juga. Menurut konsep perjanjian hutang, bisnis dengan rasio hutang yang tinggi bertujuan untuk mencegah gagal bayar dengan memilih teknik akuntansi yang meningkatkan pendapatan. Perusahaan seringkali memilih transfer pricing sebagai salah satu metode akuntansi mereka untuk mengungkapkan perubahan laba dari periode saat ini ke periode mendatang. Menurut penelitian sebelumnya oleh Pramana (2014), debt covenant memiliki dampak yang cukup menguntungkan terhadap pilihan perusahaan untuk menggunakan transfer pricing. Dengan demikian, berikut ini adalah hipotesis penelitian:

H3: *Debt Covenant berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing*

Pengaruh Tunneling Incentive, bonus mechanism dan debt covenant terhadap keputusan transfer pricing

Perjanjian hutang, struktur bonus, dan insentif tunneling semuanya membantu bisnis memutuskan bagaimana menangani harga transfer (Pamungkas, 2018). Penerapan kebijakan transfer pricing bertujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan pelaku usaha kepada pemerintah sehingga Direktur Jenderal Pajak (DJP) dapat mengaudit pelaku usaha yang menggunakan multiple transfer pricing secara tahunan. Menurut Dwi (2018), tergantung pada tuntutan dan tujuan organisasi, seperti minimisasi pajak, insentif tunneling, skema bonus, dan perjanjian utang dapat mempengaruhi manajemen untuk memangkas atau

meningkatkan keuntungan. Salah satu pendekatannya adalah dengan menerapkan transfer pricing untuk semua transaksi dengan nilai probabilitas transaksi yang tinggi, khususnya untuk transaksi internasional (Idrasti, 2016).

H4 : *Tunneling incentive, bonus mechanism dan debt covenant berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing.*

METODE PENELITIAN

Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 26 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, terdapat 16 perusahaan dikali 3 tahun penelitian, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 48.

Data sekunder adalah jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Laporan keuangan perusahaan subsektor makanan dan minuman seperti Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal, Laporan Arus Kas, dan Catatan atas Laporan Keuangan, digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian ini. belajar. Untuk mengumpulkan informasi dalam upaya memenuhi tujuan penelitian digunakan teknik pengumpulan data. Berikut metodologi penelitiannya:

1. Teknik Dokumentasi

Pendekatan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data sekunder melalui penelitian pada website Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.co.id, data laporan tahunan perusahaan, dan website resmi perusahaan. Baik data internal maupun eksternal dibutuhkan oleh penulis.

2. Penelitian Perpustakaan (*Library Research*)

Kajian Pustaka Dalam penelitian ini, penulis mencoba menghimpun beberapa ilmu dari sumber-sumber yang ada yang dapat dijadikan pedoman penelitian, khususnya melalui studi pustaka untuk mengkaji, meneliti, menelaah, dan mengkaji pustaka buku, jurnal, buletin, dan hasil simposium. terkait dengan penelitian guna mengumpulkan informasi yang akan digunakan sebagai landasan teori.

Karena variabel dependen digunakan untuk mengevaluasi variabel moderasi mengingat keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen, maka model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik linier. Tidak diperlukan uji asumsi tradisional dalam analisis regresi logistik.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis Statistik Deskriptif
2. Menguji Kelayakan Model Fit
3. Menilai Model Fit (*Overall Model Fit*)
4. Analisis Regresi Logistik

$$Z_t = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Z = Keputusan *transfer pricing*

a = Konstanta

b1-b3 = Koefisien variabel independent

X₁ = *Tunneling incentive*

X_2 = Bonus mechanism

X_3 = Debt covenant

e = Standar Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji Wald (Uji Parsial t)

b. Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan f)

c. Koefisien Determinasi (Nagalkerke R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1.1

Uji Statistik Deskriptif

		Statistics			
		X ₁	X ₂	X ₃	Y
N	Valid	48	48	48	48
	Missing	0	0	0	0
Mean		,521	1,5048	1,9935	,377
Std. Error of Mean		,059	,32195	,19241	,054
Median		,00	1,0050	,4700	,00
Mode		0	1,15	,31	0
Std. Deviation		,410	1,23055	1,33303	,17
Minimum		0	,20	,12	0
Maximum		1	15,66	5,04	1
Sum		10	72,23	47,69	8

Sumber : Data olahan SPSS.

Kesimpulan berikut dapat ditarik dari hasil data statistik deskriptif di atas:

1. Nilai tertinggi variabel Y atau transfer pricing adalah 1 sedangkan nilai minimumnya adalah 0. Dengan standar deviasi 0,17 diperoleh nilai rata-rata 0,377. Menurut temuan pengolahan data, nilai rata-rata lebih tinggi dari nilai standar deviasi, menunjukkan bahwa ada sedikit penyimpangan data secara keseluruhan dan distribusi nilai yang seragam.
2. Variabel tunneling incentive yaitu variabel X1 memiliki nilai maksimum 1 dan nilai minimum 0. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 0,521 dan standar deviasi 0,410. Menurut temuan pengolahan data, nilai rata-rata lebih tinggi dari nilai standar deviasi, menunjukkan bahwa ada sedikit penyimpangan data secara keseluruhan dan distribusi nilai yang seragam.
3. Mekanisme bonus atau variabel X2 memiliki nilai maksimum 15,66 dan nilai minimum 0,20. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 1,5048, dan standar deviasinya adalah 1,23055. Menurut temuan pengolahan data, nilai rata-rata lebih tinggi dari nilai standar deviasi, menunjukkan bahwa ada sedikit penyimpangan data secara keseluruhan dan distribusi nilai yang seragam.
4. Batasan utang yang membentuk variabel X3 memiliki nilai maksimum 5,04 dan nilai minimum 0,12. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 1,9935, dan standar deviasinya adalah 1,33303. Menurut temuan pengolahan data, nilai rata-rata lebih tinggi dari nilai standar deviasi, menunjukkan bahwa ada sedikit penyimpangan data secara keseluruhan dan distribusi nilai yang seragam.

b. Uji Kelayakan Model Fit

Hasil dari tes Hosmer dan Lemeshow adalah sebagai berikut berdasarkan temuan tes yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 1.2

Uji Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	D f	Sig .
1	11,472	8	,176

Sumber : Data olahan SPSS.

Berdasarkan tabel hasil uji Homer dan Lemeshow SPSS di atas, dapat disimpulkan dari tabel 1.2 di atas hasil uji Hosmer dan Lemeshow didapatkan nilai signifikan sebesar 0,176. Angka ini lebih tinggi ($0,176 > 0,05$) dibandingkan alpha penelitian yaitu 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H_0 diterima yang menunjukkan bahwa model regresi logistik dapat digunakan untuk tahap selanjutnya karena model regresi sesuai dengan data penelitian.

c. Uji Model Fit (Overall Model Fit)

H_0 harus diterima agar model fit dengan data. Berdasarkan kemungkinan, statistik digunakan. Kemungkinan model yang diusulkan cukup menjelaskan input data dinyatakan sebagai kemungkinan L dari model. L diubah menjadi -2 LogL untuk menguji hipotesis nol dan alternatif. Dua -2 nilai LogL disediakan dalam keluaran SPSS, satu untuk model dengan konstanta saja dan yang lainnya untuk model dengan konstanta dan penambahan gratis. Nilai antara nilai -2LogL awal dan -2LogL pada langkah berikutnya menurun, menunjukkan bahwa model yang diusulkan sesuai dengan data (Ghozali, 2018). Pengurangan model Log Likelihood menunjukkan model regresi yang kuat karena Log Likelihood pada regresi logistik sebanding dengan Sum of Square Error pada model regresi.

Nilai likelihood $-2\log$ mengalami penurunan dari nilai step 0 sebesar 43,254 menjadi nilai step 1 sebesar 31,599, sesuai dengan data uji likelihood dan uji tabel ringkasan model tersebut di atas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi logistik yang dibuat lebih akurat karena perbedaan antara -2LogL asli dan Berdasarkan hasil uji kemungkinan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 1.3

Hasil Uji Likelihood

Iteration History ^{a,b,c,d}						
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients			
			Constant	X ₁	X ₂	X ₃
Step 1	1	42,401	-1,073	-,346	-,109	-,024
	2	39,918	-,974	-,525	-,382	-,027
	3	35,202	,199	-,236	-1,596	-,021
	4	32,143	1,749	-,223	-3,317	-,126
	5	31,627	2,510	-,162	-4,256	-,219
	6	31,599	2,732	-,136	-4,520	-,262
	7	31,599	2,749	-,135	-4,540	-,266

	8	31,599	2,750	-,135	-4,540	-,266
a. Method: Enter						
b. Constant is included in the model.						
c. Initial -2 Log Likelihood: 43,254						
d. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than ,001.						

Tabel 1.4

Hasil Uji Tabel Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	31,599 ^a	,616	,763

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber : Data olahan SPSS.

Nilai -2LogL langkah berikutnya menunjukkan bahwa model yang diusulkan berhasil sesuai dengan data (Ghozali, 2018).

d. Uji Analisis Regresi Logistik

Persamaan regresi logistik digunakan dalam model regresi nonlinier penelitian ini karena data skala pengukuran nominal digunakan dalam tahap pengujian. Selain itu, persamaan ini tidak diuji dengan data asumsi klasik karena hanya uji regresi semacam ini yang menggunakan uji asumsi klasik (Ghozali, 2018). Menggunakan persamaan regresi logistik sebagai berikut:

Tabel 1.5

Analisis Regresi Logistik

		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	X1	,135	1,252	,012	1	,014	,874
	X2	4,540	1,903	5,689	1	,017	,011
	X3	,266	,471	,319	1	,042	,767
	Constant	2,750	1,751	2,466	1	,116	15,636

Berdasarkan hasil uji regresi logistik diatas, maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z (tf) = 2,750 + 0,135X_1 + 4,540X_2 + 0,266X_3 + e$$

e. Uji Hipotesis

1. Uji Wald (Uji Parsial t)

Hasil pengujian berikut ditunjukkan pada tabel 1.6 berdasarkan uji wald (t) yang dilakukan:

Tabel 1.6
Hasil Uji Wald (t)

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	X1	,135	1,252	,012	1	,014	,874
	X2	4,540	1,903	5,689	1	,017	,011
	X3	,266	,471	,319	1	,042	,767
	Constant	2,750	1,751	2,466	1	,116	15,636

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3.

Sumber : Data olahan SPSS

Berdasarkan hasil uji wald (t) di atas, dapat dikatakan sebagai berikut:

a. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Menurut temuan uji wald, nilai wald adalah 0,012 (nilai positif), dengan nilai signifikansi 0,014 < 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tunneling incentives memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap pilihan transfer pricing yang dilakukan oleh pelaku usaha di industri makanan dan minuman. Jelas bahwa H1 diterima mengingat temuan pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

b. Pengaruh *Bonus Mechanism* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Menurut temuan uji wald, dan hasilnya menunjukkan nilai wald sebesar 5,689 (nilai positif) dengan nilai signifikansi 0,017 < 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mekanisme bonus mempengaruhi keputusan transfer pricing pada industri makanan dan minuman secara positif dan signifikan. H2 dapat dikatakan diterima berdasarkan temuan pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

c. Pengaruh *Debt Covenant* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Menurut temuan uji wald, nilai wald adalah 0,319 (nilai positif) dan memiliki tingkat signifikansi 0,042 < 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa debt covenant mempengaruhi keputusan transfer pricing di industri makanan dan minuman secara menguntungkan dan signifikan. H3 dapat dikatakan diterima berdasarkan temuan pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

2. **Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan f)**

Tingkat signifikansi adalah 5% untuk menentukan nilai uji omnibus koefisien model (f). Berikut adalah temuan uji omnibus koefisien model:

Tabel 1.7

Uji Omnibus test of model coefficients (f)

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	11,655	3	,009
	Block	11,655	3	,009
	Model	11,655	3	,009

Sumber : Data olahan SPSS.

Berdasarkan hasil uji *Omnibus test of model coefficients* (f), diperoleh nilai step 1 *Omnibus test of model coefficients* (f) sebesar 11,655 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Menurut aturan pengujian, dapat disimpulkan dari data ini bahwa perjanjian utang, sistem bonus, dan insentif tunneling semuanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan penentuan harga transfer.

f. Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R²*)

Besar kecilnya nilai tersebut mencerminkan koefisien determinasi pada saat pengujian hipotesis pertama (*Nagelkerke R²*). Kisaran nilai (*Nagelkerke R²*) adalah 0 hingga 1. Dapat dikatakan bahwa variabel independen dapat menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel dependen jika nilai *Nagelkerke R²* tinggi (mendekati 1). Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen, bagaimanapun, sangat dibatasi jika nilai (*Nagelkerke R²*) rendah. Tabel 1.8 menunjukkan uji determinasi sebagai berikut:

Tabel 1.8
Hasil Uji *Nagelkerke R Square*

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	31,599 ^a	,616	,763

a. Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber : Data olahan SPSS.

Nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0,763, yang menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu, *tunnelling incentives*, *mekanisme bonus*, dan *debt covenant* dapat menginterpretasikan variabel dependen yaitu keputusan transfer pricing sebesar 76,3 berdasarkan hasil pengujian *Nagelkerke R Square* tersebut di atas. Hal ini menunjukkan bahwa hasil temuan termasuk dalam kategori “sangat baik” karena nilai variabel independen mendekati 1.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor makanan dan minuman

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa uji wald menghasilkan nilai wald positif 0,012 dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *tunneling incentives* memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap pilihan transfer pricing yang dilakukan oleh pelaku usaha di industri makanan dan minuman.

2. Pengaruh *bonus mechanism* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor makanan dan minuman

Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa uji Wald menghasilkan nilai 5,689 (nilai positif) dan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mekanisme bonus mempengaruhi keputusan transfer pricing pada industri makanan dan minuman secara positif dan signifikan.

3. Pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor makanan dan minuman

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai wald sebesar 0,319 (nilai positif) dan memiliki nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa debt covenant mempengaruhi keputusan transfer pricing di industri makanan dan minuman secara menguntungkan dan signifikan.

4. **Pengaruh *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor makanan dan minuman**

Nilai koefisien model uji omnibus step 1 (f) adalah 11,655 dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$ berdasarkan temuan uji omnibus koefisien model (f). Menurut aturan pengujian, dapat disimpulkan dari data ini bahwa perjanjian utang, sistem bonus, dan insentif tunneling semuanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan penentuan harga transfer.

KESIMPULAN

Kesimpulan berikut dapat diambil dari analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bagian sebelumnya:

1. Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa tunneling incentives berpengaruh positif dan cukup besar terhadap keputusan transfer pricing dapat diterima karena tunneling incentives memiliki hubungan searah (positif) terhadap keputusan transfer pricing.
2. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan cukup besar terhadap keputusan transfer pricing dapat diterima karena 2. Sistem bonus memiliki hubungan searah (positif) terhadap keputusan transfer pricing.
3. Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa debt covenant berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing, debt covenant memiliki hubungan searah (positif) terhadap keputusan transfer pricing.
4. Hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa tunneling incentives, mekanisme bonus, dan debt covenant berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing, dapat diterima dikarenakan terdapat hubungan searah (positif) antara tunneling incentives, mekanisme bonus, dan debt covenant terhadap keputusan transfer pricing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fahmil Muhammad.2020. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing : Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2018. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya: Palembang.
- [2] Fitri Anisyah. 2018. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Accounting and Investment*. Vol. 16 No. 1 Januari 2015
- [3] Ghozali. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- [4] Hartati, Winda, Desmiyawati dan Nur Azlina. 2014. Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing: Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA Mataram*.
- [5] Hartati, Winda, Desmiyawati dan Julita. 2015. Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA Medan*.
- [6] Mispriyanti. 2015. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Accounting and Investment*. Vol. 16 No. 1 Januari 2015
- [7] Mutamimah. 2009. Tunneling atau Value Added dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol. 2, No.2 FE UNISSULA: Semarang.
- [8] Nuradila, Ratna Felix dan Raden Arief Wibowo. 2018. Tax Minimizatiob sebagai Pemoderasi Hubungan antara Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Covenant dengan Keputusan Transfer Priving. *Journal of Islamic Finance and Accounting* Vol.1 No.1 Januari-Mei 2018. P-ISSN: 2615- 1774. E-ISSN: 2615-1782. Universitas Perdaban
- [9] Pramana, Heru, Aviandika. 2014. Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang.
- [10] Purwanti, Lilik. 2010. Kecakapan Managerial, Skema Bonus, Managemen Laba dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol. 8, No. 2. Universitas Brawijaya Malang.
- [11] Tria Melani. 2016. Pengaruh Tax Minimization, Mekanisme Bonus,

Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

[12] Yuniasih, Wayan, Ni, Ni Ketut Rasmini Dan Made Gede Wirakusuma. 2012. Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Universitas Udayana.

[13] www.idx.co.id