

**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, *BONUS MECHANISM*
DAN *DEBT CONVENANT* TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN CONSUMER
GOOD YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2020**

SKRIPSI

OLEH :

**MARITO SIMANJUNTAK
NIM. 188330243**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/22

**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE, BONUS MECHANISM*
DAN *DEBT COVENANT* TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN CONSUMER
GOOD YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2020**

SKRIPSI

OLEH :

**MARITO SIMANJUNTAK
NIM. 188330243**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/22

**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE, BONUS MECHANISM*
DAN *DEBT CONVENANT* TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN CONSUMER
GOOD YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2020**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**MARITO SIMANJUNTAK
NIM. 188330243**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/12/22

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Convenant* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan *Consumer Good* yang Terdaftar di BEI 2018-2020
Nama : Marito Simanjuntak
NPM : 188330243
Program Study : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



Devi Ayu Putri Sirait, SE, M.Si, Ak, CA
Pembimbing

Mengetahui



(Ahmad Rafiki, BBA(Hons), MMgt, PhD., CIMA)

Dekan

(Fauziah Rahman, S.pd., M.Ak)

Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 06/Oktober/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH TUNNELING INCENTIVE, BONUS MECHANISM DAN DEBT CONVENANT TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN CONSUMER GOOD YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2020”**, yang saya susun merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan terperinci sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



MARITO SIMANJUNTAK
NPM : 188330243

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: MARITO SIMANJUNTAK
NPM	: 188330243
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Akuntansi
Jenis Karya	: Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area hak **Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Consumer Good yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020”**. Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 09 Oktober 2022

Yang menyatakan,


Marito Simanjuntak
NPM. 188330243

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Tunneling Incentive, Bonus Mechanism and Debt Covenant on Transfer Pricing Decisions. This type of research is causal associative with quantitative data types. The population in this study was 26 using purposive sampling method. Based on these criteria, there are 16 companies with a total data of 48 companies. The results show that Tunneling Incentive, Bonus Mechanism and Debt Covenant have a positive and significant effect on transfer pricing decisions, either partially or simultaneously. These results are with the predetermined hypothesis, so that all hypotheses are accepted.

Keywords: Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Debt Covenant and Transfer Pricing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*. Jenis penelitian adalah asosiatif kausal dengan jenis data kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah sebanyak 26 dengan menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Berdasarkan penentuan kriteria tersebut terdapat 16 perusahaan dengan total data 48 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan *transfer pricing* baik secara parsial dan simultan. Hasil tersebut sejalan dengan hipotesis yang telah ditentukan, sehingga seluruh hipotesis diterima.

Kata Kunci : *Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Debt Covenant* dan *Keputusan Transfer Pricing*



RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di kota Rantau Prapat, Provinsi Sumatra Utara pada tanggal 22 Januari 2000 dari Bapak Syamsudin Simanjuntak dan Ibu Orma Pandiangan. Peneliti merupakan anak keempat dari empat (4) bersaudara. Peneliti menempuh pendidikannya di SD Negeri 118154 PNKA, SMP Negeri 1 Bilah Barat, SMA Negeri 1 Rantau prapat, dan pada tahun 2018 tepat bulan September peneliti terdaftar sebagai mahasiswa program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



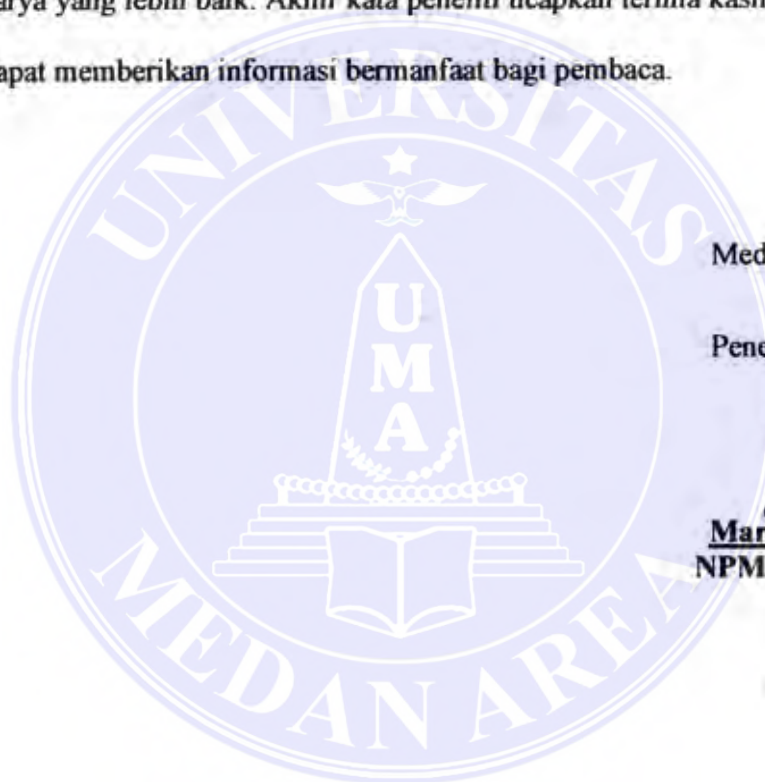
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas dengan segala karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini menjadi persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Univeristas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Convenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020*”**. Terima Kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr Dadan Ramdan, M,Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
3. Ibu Fauziah Rahman S.pd,M.Ak selaku Ketua Prodi Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Medan Area
4. Ibu Devi Ayu Putri Sirait, SE, M.Si, Ak, CA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam penyusunan skrpsi ini.
5. Ibu Minda Muliana Br Sebayang, S.E., M.Si selaku Dosen Pembanding, terima kasih atas segala waktu, saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Atika Rizky S,E, M.S.Ak selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

7. Orang Tua tersayang, Bapak Syamsuddin Simanjuntak (+) dan Ibu Orma Pandiangan. Terima Kasih buat doanya, perhatian, motivasi dan dukungan yang sudah diberikan kepada Peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar peneliti lebih baik untuk dapat meningkatkan kemampuan berkarya yang lebih baik. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi bermanfaat bagi pembaca.



Medan, Juli 2022

Peneliti,

Marito Simanjuntak
NPM. 188330243

DAFTAR ISI

ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Akuntansi Positif.....	9
2.2 <i>Transfer Pricing</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Transfer Pricing</i>	10
2.2.2 Tujuan Penerapan <i>Transfer Pricing</i>	11
2.2.3 Metode <i>Transfer Pricing</i>	12
2.2.4 Indikator <i>Transfer Pricing</i>	13
2.3 <i>Tunneling Incentive</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Tunneling Incentive</i>	13
2.3.2 Indikator <i>Tunneling Incentive</i>	14
2.4 <i>Bonus Mechanism</i>	15
2.4.1 Pengertian <i>Bonus Mechanism</i>	15
2.4.2 Indikator <i>Bonus Mechanism</i>	16
2.5 <i>Debt Convenant</i>	16
2.5.1 Pengertian <i>Debt Convenant</i>	16
2.5.2 Indikator <i>Debt Convenant</i>	17

2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.6.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	21
2.7 Kerangka Konseptual	22
2.8 Hipotesis.....	22
2.8.1 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>	22
2.8.2 Pengaruh <i>Bonus Mechanism</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> ..	23
2.8.3 Pengaruh <i>Debt Convenant</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>	24
2.8.4 Pengaruh <i>Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Convenant</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i>	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.1.3 Waktu Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.2.1 Populasi Penelitian.....	28
3.2.2 Sampel Penelitian.....	28
3.3 Definisi Operasional.....	30
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4 Jenis Data Penelitian.	30
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6 Metode Analisis Data	33
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	33
3.7.2 Menguji Kelayakan Model Fit	33
3.7.3 Menilai Model Fit (<i>Overall Model Fit</i>)	34
3.8 Analisis Regresi Logistik	34
3.8.1 Matriks Klasifikasi.....	35
3.9 Uji Hipotesis.....	35
3.9.1 Uji <i>Wald</i> (Uji Parsial <i>t</i>)	35
3.9.2 Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan <i>f</i>).....	36
3.9.3 Koefisien Determinasi (<i>Nagalkerke R²</i>).....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	39
4.3 Uji Kelayakan Model Fit	41
4.4 Uji Model Fit (<i>Overall Model Fit</i>)	42
4.5 Uji Analisis Regresi Logistik	44
4.6 Uji Matrix Classification	46
4.7 Uji Hipotesis	47
4.7.1 Uji <i>Wald</i> (Uji Parsial t)	47
4.7.2 Uji <i>Omnibus Tests of Model Coefficients</i> (Uji Simultan f)	48
4.8 Uji Koefisien Determinasi (<i>Negelkerke R²</i>)	49
4.9 Pembahasan	50
4.9.1 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman	50
4.9.2 Pengaruh <i>Bonus Mechanism</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> Pada perusahaan Sektor Makanan dan Minuman.	51
4.9.3 Pengaruh <i>Debt Convenant</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman	52
4.9.4 Pengaruh <i>Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt</i> <i>Convenant</i> terhadap keputusan <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman	53
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
 DAFTAR PUSTAKA.....	
58	
 LAMPIRAN.....	
60	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Daftar Populasi	27
Tabel 3.3 Kriteria Penentuan Sampel	29
Tabel 3.4 Kode dan Nama Perusahaan Sampel	29
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Tabulasi Data SPSS	37
Tabel 4.2 Distribusi sampel penelitian.....	38
Tabel 4.3 Uji Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4.4 Uji <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	41
Tabel 4.5 Hasil <i>Uji Likelihood</i>	42
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Tabel Model Summary</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis regrensi logistik	43
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Classification Tabel</i>	45
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Wald</i>	46
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Omnibus Test of Model Coefficients</i>	48
Tabel 4.11 hasil Uji Negelkerke R Square.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... 21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Variabel Penelitian.....	61
Lampiran 2 Hasil Data SPSS	64
Lampiran 3 Surat Izin penelitian.....	66



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian suatu negara pada era globalisasi saat ini bertumbuh sangat pesat tanpa mengenal batasan pergerakan ekonomi dan batas negara. Hal tersebut disebabkan karena perubahan lingkungan bisnis yang bertumbuh secara signifikansi, baik secara domestik maupun internasional. Perubahan pertumbuhan ekonomi tersebut mengharuskan pelaku bisnis untuk melakukan respons positif terkait proses adaptasi atau penyesuaian mengikuti perubahan lingkungan bisnis tersebut. Fenomena tersebut tidak langsung menjadi salah satu faktor yang memicu munculnya divisionalisasi perusahaan. Dalam lingkungan perusahaan multinasional sering terjadi berbagai jenis transaksi antar divisi yang meliputi penjualan barang dan jasa, penyediaan pinjaman, lisensi hak dan aset tak berwujud serta transaksi lainnya. Transaksi yang terjadi dalam ruang lingkup perusahaan seperti ini tentu nantinya akan mempersulit perusahaan dalam menentukan harga yang harus ditransfer. Menurut (Farahmita, 2011), perusahaan multinasional yang telah melakukan dan memiliki hubungan kerjasama bilateral atau mancanegara, skema dan prosedur keputusan *transfer pricing* merupakan salah satu alternatif paling baik dalam mengelola resiko dan biaya yang muncul dari ketidaksempurnaan struktur pasar dinegara-negara yang memiliki hubungan kerjasama.

Awalnya, kebijakan keputusan *transfer pricing* tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk mengevaluasi dan mengawasi kinerja perusahaan di setiap divisi operasional atau departemen perusahaan (Fitri, 2019). Namun yang terjadi saat ini

adalah penggunaan kebijakan *transfer pricing* bertransformasi sebagai alat bagi perusahaan untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan baik perusahaan multinasional dan nasional (Buana, 2017). Kebijakan keputusan *transfer pricing* tersebut diprakasai untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar, dimana ketika beban pajak yang semakin besar maka akan memicu perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* agar beban pajak tersebut rendah (Farahmita, 2011). Maka dari itu, para perusahaan multinasional keputusan *transfer pricing* sering kali membuat hilangnya potensi penerimaan pajak karena perusahaan cenderung menggeser kewajiban pajaknya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara tarif pajak rendah. Sedangkan perusahaan nasional, penerapan kebijakan keputusan *transfer pricing* dipergunakan untuk memperkecil harga jual antara perusahaan dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang memiliki usaha dinegara dengan tarif pajak rendah (Dwi, 2018).

Praktik keputusan *transfer pricing* sendiri merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer baik barang ataupun jasa yang dilakukan oleh suatu instansi ekonomi atau perusahaan (Gayatrie, 2014). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, dimana dalam penelitian ini faktor tersebut berkaitan dengan *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* dengan tujuan untuk menghindari pembayaran beban pajak yang besar (Farahmita, 2011). *Tunneling incentive* merupakan metode atau kegiatan transfer sumber daya dari suatu perusahaan kepada pengendali pemegang saham (Aryanti, 2021; Anne, 2017). Meningkatnya praktek *tunneling incentive* perusahaan akan lebih banyak melakukan transaksi *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Anne, 2017).

Struktur kepemilikan dan tersedianya sumber daya keuangan pada perusahaan yang akan ditunneling merupakan dual hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk melakukan *tunneling* (Grey, 2018). Selain itu, Mekanisme bonus adalah satu faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. *Bonus mechanism* pada hakekatnya berdasarkan pada besarnya laba yang diperoleh perusahaan pada suatu periode akuntansi, dimana dalam pemberian kompensasi bonus tersebut akan menjadi sinyal bagi manajemen untuk melakukan rekayasa laba (Anne, 2017). Berdasarkan *bonus plan hipotesis*, manajer lebih cenderung menggunakan metode akuntansi yang bisa menaikkan laba pada periode berjalan karena metode tersebut dapat meningkatkan laba sehingga nilai bonus yang diterima juga akan meningkat (Bebbington, 2016). Kemudian *debt covenant* merupakan kontrak utang jangka panjang untuk melindungi debitor dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti pembagian deviden yang berlebihan atau membiarkan ekuitas berada dibawah tingkat yang telah ditentukan. Dengan adanya batasan tersebut maka dapat memicu pelanggaran yang kemungkinan akan dilakukan oleh perusahaan karena tidak mampu bergerak secara bebas, sehingga salah satu cara untuk menghindari pelanggaran laba adalah dengan melakukan keputusan *transfer pricing*.

Perusahaan sektor *consumer goods* merupakan salah satu perusahaan yang memiliki perkembangan yang sangat pesat. Fenomena indikasi praktik *transfer pricing* di Indonesia dapat dilihat pada beberapa perusahaan nasional sektor *consumer goods* seperti perusahaan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk yang terdapat di Indonesia pada tahun 2019, dimana perusahaan melakukan tindakan *transfer pricing* dengan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Indofood

Sukses Makmur Tbk dalam pembelian bahan baku, kemudian melakukan penjualan kepada PT Indomarco Prismatama tahun 2019 sebesar Rp. 1.221.194.428.452 atau 36,59% yang juga merupakan perusahaan yang salah satu pihak berelasi perusahaan. Pada tahun 2018-2022, terdapat pula beberapa perusahaan yang berindikasi melakukan pengurangan beban pajak dengan meminimalkan laba bersih seperti PT Unilever turun sebesar 4,37%, PT. Mayora Indah turun sebesar 0,51%, dan paling besar yakni PT. Garudafood Tbk turun sebesar 19,9%. Hal tersebut juga diprakasai oleh lingkungan usaha yang mengalami penurunan karena pandemi covid-19. Hingga saat ini terdapat lebih dari 7 perusahaan multinasional yang melakukan pengurangan beban pajak mengalami penurunan laba dengan indikasi melakukan *transfer pricing* termasuk ketiga perusahaan diatas (Pangaribuan, 2018). Adapun perusahaan tersebut terdapat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Indikasi *Transfer Pricing*

No	KODE	Nama Perusahaan	Tahun Indikasi <i>Transfer Pricing</i>
1	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	2020
2	GOOD	PT Garudafood Jaya Tbk Tbk	2020
3	MYRA	PT Mayora Indah Tbk	2019
4	ROTI	PT Nippon Indosari Corps Tbk	2019
5	ICBP	PT.Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2019
6	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	2019
7	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	2019

Sumber : Mulyani, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Indofood Sukses Makmur melakukan *transfer pricing* dengan melakukan pembelian bahan baku kepada PT Nippon Indosari Corps Tbk. Kemudian pada PT Tri Banyan Tirta Tbk terindikasi melakukan tindak *transfer*

pricing kepada PT. Garudafood Jaya Tbk dengan melakukan penjualan kepada pihak berelasi sebesar Rp. 899.241.220,-. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan sektor *consumer goods* merupakan salah satu perusahaan yang sering melakukan transaksi jual beli baik domestik maupun mancanegara, sehingga perlu tidak menutup kemungkinan perlakuan keputusan *transfer pricing* terjadi setiap tahunnya untuk meminimalkan beban pajak perusahaan.

Terdapat beberapa *gap research* dari beberapa penelitian, seperti menurut (Pamungkas, 2018), *bonus mechanism* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dan *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Menurut Aryanti dan Delfina (2021) menyatakan bahwa *debt covenant* dan *bonus mechanism* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan perbedaan penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul **“Pengaruh *Tunneling Incentive*, *Bonus Mechanism* dan *Debt Covenant* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini. Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

2. Apakah *bonus mechanism* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *debt covenant* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang telah diuraikan adapun tujuan penelitian yang dilakukan yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *bonus mechanism* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dengan adanya penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat kepada semua pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti.

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti sehingga dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan pembelajaran mengenai volatilitas harga saham dan beberapa faktor yang mempengaruhinya.

2. Bagi Investor.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para investor dan calon investor sebagai alat bantu dalam melakukan analisis dan sebagai tambahan informasi dalam pengambilan keputusan investasi pada suatu perusahaan.

3. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan sekaligus tambahan informasi dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan emiten agar lebih memperhatikan pengaruh *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*.

4. Bagi penelitian selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi dan literatur yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian

selanjutnya terkhusus dalam bidang akuntansi yang mempelajari pengaruh *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif merupakan teori yang menjelaskan bahwa manajer memiliki dorongan motivasi untuk dapat memaksimalkan kinerjanya. Teori ini mampu memprediksi sikap manajer ketika cenderung menaikan laba untuk menutupi kinerja perusahaan yang menurun. Kecenderungan manajer untuk menaikan laba juga dapat didorong karena terhadap permasalahan dalam kontrak perjanjian seperti asimetris informasi, keterbatasan masa kerja, kewajiban terbatas dan asimetris pembayaran (Watss, 2013). Pemegang saham serta kreditor juga berusaha untuk melakukan penghindari pembayaran lebih kepada manajer dengan meminta menerapkan perilaku akuntansi yang konservatif. Maka, dari penerapan tersebut dapat disimpulkan bahwa manajer lebih cenderung menyelenggarakan akuntansi yang bersifat optimis, tetapi pemegang saham dan kreditor lebih cenderung meminta manajer menyelenggarakan akuntansi yang konservatif sehingga menyimpulkan asimetris kebijakan perusahaan.

Menurut Watss (2013) menyatakan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi teori akuntansi positif yakni :

a. Bonus Plan Hypotesis

Hal tersebut terjadi jika perusahaan merencanakan bonus berdasarkan laba bersih, maka perusahaan tersebut harus memilih prosedur

akuntansi yang berfokus pada pelaporan pendapatan dimasa mendatang. Sehingga dengan adanya hipotesis tersebut, manajer cenderung memiliki keinginan untuk menaikkan laba sehingga menaikkan bonus yang akan diperoleh.

b. Debt Covenant Hypotesis

Hal tersebut terjadi jika perusahaan cenderung untuk menurunkan rasio utang atau ekuitas dengan cara menaikkan laba pada periode saat ini dengan menggeser dari laba usaha diperiode mendatang. Motivasi manajer dalam melakukan tindakan ini ialah untuk menghindari perjanjian utang dan untuk mendapatkan suku bunga pinjaman yang lebih rendah, dimana semakin rendah resiko utang maka semakin rendah resiko perusahaan mengalami kebangkrutan.

b) Politcal Cost Hypotesis

Hal tersebut terjadi ketika perusahaan melakukan penurunan laba secara tajam dengan menggeser ke laba usaha diperiode mendatang. Motivasinya yakni untuk menghindari tekanan politik seperti menghindari serikat kerja, pajak penghasilan badan yang tinggi dan perilaku monopoli dan lain sebagainya.

2.2 Transfer Pricing

2.2.1 Pengertian Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer baik barang ataupun jasa yang dilakukan oleh suatu instansi ekonomi atau perusahaan (Setiawan, 2014). Dalam *transfer pricing* terdapat dua kelompok transaksi yakni *intracompany* dan

intercompany transfer. *Intracompany transfer* adalah *transfer pricing* yang dilakukan oleh antar divisi internal perusahaan, sedangkan *intercompany transfer* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Terdapat pula jenis *transfer pricing* dalam skala internasional yang dikenal sebagai *domestic transfer pricing* yakni *transfer pricing* antar perusahaan domestik disuatu negara dan *internasional transfer pricing* yakni *transfer pricing* antara negara skala internasional yang memiliki hubungan bilateral.

Sifat *transfer pricing* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berdasarkan sifat netral dan peyoratif-negatif. Pengertian netral yakni *transfer pricing* adalah suatu tindakan murni yang merupakan salah satu strategi perusahaan tanpa mengurangi beban pajak. Sedangkan peyoratif-negatif merupakan *transfer pricing* untuk menghemat beban pajak dengan suatu strategi informatif untuk menggeser laba ke negara yang memiliki tarif pajak rendah (Lingga, 2014). Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* adalah keputusan yang dilakukan perusahaan untuk menentukan harga atas transaksi yang terjadi dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan prinsip kewajaran.

2.2.2 Tujuan Penerapan *Transfer Pricing*

Penerapan *transfer pricing* dalam suatu ruang lingkup perusahaan yakni untuk mentransmisikan data keuangan antar divisi perusahaan pada waktu tertentu, disaat mereka saling menggunakan barang atau jasa satu sama lainnya (Lingga, 2012). Menurut Setiawan (2014), tujuan

dilakukannya keputusan *transfer pricing* adalah untuk mengakali jumlah laba bersih perusahaan sehingga beban pajak yang harus dibayar perusahaan semakin rendah dan deviden juga memiliki perlakuan yang serupa. Hal tersebut membuktikan bahwa motivasi perusahaan memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

2.2.3 Metode *Transfer Pricing*

Menurut Harimurti (2018) terdapat beberapa metode *transfer pricing* yang sering digunakan oleh perusahaan yakni sebagai berikut:

a) Harga transfer atas Dasar Biaya (*Cost Based Transfer Pricing*).

Hal tersebut merupakan suatu metode perusahaan dalam menerapkan harga transfer atas dasar biaya variabel dan biaya tetap yang memiliki tiga jenis kategori biaya yakni biaya full (*full cost*), biaya penuh *mark-up* (*full cost plus markup*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap.

b) Harga transfer atas Dasar Harga Pasar (*Market Basis Transfer Pricing*).

Hal tersebut merupakan suatu metode perusahaan dalam menerapkan metode *transfer pricing* atas dasar harga pasar karena sifatnya yang independen. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan keputusan *transfer pricing* yang berdasarkan harga saham (*Negotiated Transfer Prices*)

c) Harga transfer Negosiasi (*Negotiated Transfer Prices*)

Hal tersebut merupakan suatu metode keputusan *transfer pricing* untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Harga transfer negosiasi mencerminkan perspektif kontralabilitas yang *inheren* dalam

pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggungjawab atas harga transfer yang dinegosiasikan.

2.2.4 Indikator Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan salah satu teknik penggeseran laba dengan mengubah sistematika penentuan harga transfer suatu barang atau jasa (Watss, 2013). Dalam menentukan ukuran variabel keputusan *transfer pricing*, peneliti dapat menggunakan metode dummy sebagai alat ukur keputusan *transfer pricing*, dimana kategori 1 jika perusahaan melakukan penjualan kepada pihak istimewa dan 0 jika perusahaan tidak melakukan penjualan kepada pihak terkait istimewa.

2.3 Tunneling Incentive

2.3.1 Pengertian Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah metode atau kegiatan transfer sumber daya dari suatu perusahaan ke pengendali pemegang saham (Delfina, 2018). Kemudian menurut Pamungkas (2018), *Tunneling* adalah transfer keabilitas suatu kepada shareholder. *Tunneling incentive* merupakan salah satu faktor yang mungkin perusahaan untuk membuat suatu keputusan terkait harga transfer (*transfer pricing*) karena *tunneling incentive* mudah untuk dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan multinasional karena memiliki hubungan langsung atau kerjasama dengan pihak berelasi (Delfina, 2018). Ketika pemegang saham memiliki kontrol yang besar dalam suatu perusahaan, maka perusahaan akan melakukan tindakan pengalihan aset dan laba perusahaan melalui penentuan harga yang tidak

wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas (Rifan, 2019). Hal ini akan mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham minoritas karena harus menanggung setiap biaya yang dibebankan oleh pemegang saham mayoritas demi keuntungan pemegang saham mayoritas. Dengan adanya proses pengalihan aset dan laba perusahaan, maka laba perusahaan akan tampak lebih rendah karena hal tersebut merupakan upaya manajemen dalam melakukan penghindaran pajak yaitu melalui manipulasi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan.

Menurut Wafiroh dan Hapsari (2015), terdapat beberapa praktik dari *tunneling incentive* yakni sebagai berikut:

1. Tidak membagikan deviden.
2. Menjual aset perusahaan pada pemegang saham mayoritas atau perusahaan yang dikuasai oleh pemegang saham mayoritas dengan harga lebih murah daripada harga seharusnya
3. Posisi kunci perusahaan diduduki oleh pemegang saham mayoritas, sehingga proses *tunneling incentive* bisa lebih mudah untuk dilakukan.

2.3.2 Indikator Tunneling Incentive

Tunneling incentive merupakan suatu istilah yang digunakan oleh perusahaan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu kondisi pengembalian aset suatu pemegang saham non-pengendali melalui pengalihan aset dan laba demi keuntungan pemegang saham pengendali (Farahmita, 2011). *Tunneling* bisa dilihat melalui tingkat persentase kepemilikan saham dalam suatu perusahaan dengan menggunakan data *dummy*, dimana jika persentase saham lebih besar atau sama dengan 20%

maka akan dikategorikan 1, namun jika tidak mencapai 20% maka dikategorikan 0.

2.4 Bonus Mechanism

2.4.1 Pengertian Bonus Mechanism

Menurut Hartati (2015), mekanisme bonus adalah komponen yang melakukan perhitungan besar kecilnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemilik modal kepada manajemen atau direksi melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang dianggap memiliki kinerja yang baik. Kemudian menurut Purwanti (2010), mekanisme bonus adalah tindakan positifisme yang dilakukan pemilik modal terhadap manajer yang mampu menginterpretasikan kegiatan operasional perusahaan menjadi lebih baik dengan meningkatkan laba bersih (*net income*) usaha. Anne (2017) menegaskan bahwa skema bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada eksekutif atau pemangku kepentingan perusahaan, maka adalah hal yang logis jika manajer meningkatkan kinerjanya untuk memaksimalkan laba perusahaan terlepas dari kegiatan manipulasi atau tidak. Ada dua jenis dasar rencana kompensasi yang diberikan untuk memberikan hadiah (*reward*) kepada manajer, yakni rencana bonus dan rencana kerja. Adapun menurut Hartati (2015) pengertian dari kedua hadiah tersebut yakni sebagai berikut.

a. Rencana Kerja

Rencana kerja merupakan tindakan pemberian bonus insentif kepada manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

b. Perencanaan Bonus

Perencanaan bonus adalah tindakan pemisahan kinerja yang memotivasi rencana kompensasi berbasis laba akuntansi.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar korelasi antara laba dan efek tindakan manajer tertentu terhadap nilai perusahaan maka akan membuat *shareholder* semakin cenderung untuk melakukan perencanaan bonus berbasis laba yang digunakan untuk memberikan *reward* kepada manajer (Gayatrie, 2014). Penggunaan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen dibawah 5% terdapat motivasi agen untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Sedangkan jika kepemilikan manajemen 25%, perusahaan akan terdapat kekurangan asimetris informasi karena memiliki kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan (Warifoh dan Hapsari, 2015).

2.4.2 Indikator Bonus Mechanism

Adapun indikator dalam menentukan *bonus mechanism* dalam penelitian ini yakni dengan membandingkan tingkat nilai antara laba tahun berjalan dengan tahun sebelumnya (Pamungkas, 2018). Adapun rumus *bonus mechanism* adalah sebagai berikut.

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba bersih tahun } t \times 100\%}{\text{Laba bersih } t-1}$$

2.5 Debt Covenant

2.5.1 Pengertian Debt Covenant

Debt Covenant adalah kontrak yang diperuntukkan untuk membatasi aktivitas yang mungkin dapat merupakan suatu nilai pinjaman dan *recovery*

pinjaman (Rosa, 2017). Perjanjian *debt covenant* dapat membatasi kemampuan atau kapasitas manajer untuk berinvestasi, membayar dividen, menambah pinjaman dan kemudian membatasi aktivitas yang berpotensi merugikan manajer. Perjanjian tersebut berpengaruh terhadap pembagian dividen dan saham, seperti memaksa perusahaan untuk menginvestasikan kembali arus kas dan mengurangi masalah overload hutang terkait dengan ketidakinginan manajer untuk melakukan proyek-proyek NPV positif sebagai rasio hutang terhadap pertumbuhan ekuitas (Pamungkas, 2018). *debt covenant* juga membatasi perusahaan dalam melakukan jualan aset maupun akuisisi yang kemungkinan mengurangi pergantian aset, sementara pembatasan sewa dan transaksi jual sewa dalam pencairan tuntutan (Nikolaev, 2010).

Debt covenant juga merupakan faktor lain yang mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan keputusan *transfer pricing*, karena perjanjian tersebut merupakan kontrak yang ditujukan kepada peminjam atau debitur kepada kreditur untuk membatasi aktivitas yang bisa merusak nilai kualitas maupun kuantitas pinjaman (Pambudi, 2017). Kontrak hutang tersebut merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, sehingga motif pemilihan metode akuntansi tidak terlepas dari teori akuntansi positif.

2.5.2 Indikator *Debt Covenant*

Dalam mengukur *debt covenant*, peneliti akan menggunakan rumus *Debt to Assets Ratio* (DAR) karena rasio tersebut memiliki kapabilitas yang sempurna dalam memproyeksikan perjanjian utang

tersebut (Pamungkas, 2018). Adapun rumus *Debt to Assets Ratio* (DAR) yakni sebagai berikut.

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang} \times 100\%}{\text{Total Aktiva}}$$

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu kajian penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan berbagai sumber ilmiah seperti skripsi, tesis maupun jurnal penelitian. Berdasarkan penelitian ini, penulis mendapatkan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan penulis teliti, yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Aryanti dan Dirlfina (2021)	Hubungan Antara <i>tunneling incentive, bonus mechanism</i> dan <i>debt covenant</i> Terhadap Keputusan <i>transfer pricing</i> dengan Tax Minimization sebagai Pemoderasi.	Independent : 1. <i>Tunneling Incentive</i> 2. <i>Bonus Mechanism</i> 3. <i>Debt Covenant</i> Dependent : <i>Transfer Pricing</i> Moderisasi : Tax Minimization	1. <i>Debt covenant</i> berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Tunneling incentive</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .. 3. <i>Bonus mechanism</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
2	Prayudiawan, Pamungkas (2020)	Pengaruh <i>debt covenant, Profitabilitas, exchange rate, mekanisme bonus</i> pada <i>transfer pricing</i>	Independent : 1. <i>Tunneling incentive</i> 2. <i>Profitabilitas</i> 3. <i>Exchange rates</i> 4. <i>Mekanisme bonus</i> Dependent : <i>Transfer pricing</i>	1. <i>Debt covenant</i> berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing</i> 2. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> 3. <i>Exchange rate</i> berpengaruh positif

				terhadap <i>transfer pricing</i> 4. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>transfer pricing devision</i> .
3	Pamungkas, Jodi (2019)	Pengaruh <i>Debt covenant</i> , <i>Profitabilitas</i> , <i>Exchange rate</i> dan mekanisme bonus Pada Keputusan Perusahaan Melakukan <i>Transfer Pricing</i>	Independent : 1. <i>Profitabilitas</i> 2. <i>Exchange Rate</i> 3. <i>Debt Covenant</i> 4. <i>Mekanisme Bonus</i> Dependent : <i>Transfer Pricing</i>	1. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . 2. <i>Exchange rate</i> tidak berpengaruh terhadap <i>transfer pricing</i> . 3. <i>Debt covenant</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . 4. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
4	Jafri (2018)	Pengaruh <i>debt covenant</i> , <i>Mekanisme bonus</i> dan <i>tunneling incentives</i> Terhadap <i>transfer pricing</i> .	Independent : 1. <i>Debt covenant</i> 2. <i>Mekanisme bonus</i> 3. <i>Tunneling incentive</i> Dependent : <i>Transfer Pricing</i>	1. <i>Debt covenant</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> 2. Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap <i>Transfer pricing</i> 3. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap <i>transfer pricing</i> .
5	Dwi, Anggara (2018)	Pengaruh <i>transfer Pricing</i> , <i>bonus mechanism</i> dan Pertumbuhan Laba Terhadap Kinerja Keuangan	Independent : 1. <i>Transfer pricing</i> 2. Mekanisme bonus 3. Pertumbuhan laba Dependent : Kinerja Keuangan	1. <i>Transfer pricing</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan 2. Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan 3. Pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.
6	Delfina, Pangaribuan (2018)	Pengaruh <i>bonus mechanism</i> dan Pertumbuhan Laba Terhadap Kinerja Keuangan	Independent : 1. Mekanisme Bonus 2. Pertumbuhan laba Dependent : Kinerja Keuangan	1. Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan 2. Pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.
7	Herawaty, Anne	Pengaruh Tarif	Independent :	1. Tarif pajak

	(2017)	Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus dan <i>tunneling incentives</i> Terhadap Pergeseran Laba dalam Melakukan <i>transfer pricing</i> dengan Good Governance sebagai Variabel Moderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarif pajak penghasilan 2. Mekanisme Bonus 3. <i>Tunneling Incentive</i> <p>Dependent : <i>Transfer Pricing</i></p> <p>Moderasi : Good Governance</p>	<p>penghasilan tidak berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam <i>transfer pricing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam transfer pricing 3. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam transfer pricing.
8	Idrasti, Sarah (2016)	Pengaruh <i>Transfer Pricing</i> , Mekanisme Bonus dan <i>Tunneling Incentive</i> terhadap Harga Saham	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Transfer pricing</i> 2. Bonus Mechanism 3. <i>Tunneling Incentive</i> <p>Dependen : Harga saham</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Transfer pricing</i> berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam harga saham. 2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam harga saham. 3. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam harga saham.
9	Wafirog dan Hapsari (2015)	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> , Bonus Mechanism dan Return on Equity terhadap Pertumbuhan Laba	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. <i>Tunneling incentive</i> 5. <i>Bonus mechanism</i> 6. <i>Return on Equity</i> <p>Dependen : Pertumbuhan Laba</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam pertumbuhan laba. 2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam pertumbuhan laba. 3. Return on Equity berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam pertumbuhan laba.
10	Hartati (2015)	Pengaruh <i>Tuneling incentive</i> , Bonus Mechanism dan Pajak Tangguhan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tunneling incentive</i> 2. <i>Bonus mechanism</i> 3. Pajak Tangguhan <p>Dependen : Kinerja Keuangan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam kinerja keuangan. 2. Mekanisme bonus berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam Kinerja Keuangan. 3. Pajak Tangguhan

				berpengaruh terhadap pergeseran laba dalam Kinerja Keuangan.
--	--	--	--	--

Sumber : Data Olahan Peneliti.

2.6.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tabel 2.1 diatas, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan penelitian dalam penelitian yang dilakukan, baik dari variabel, objek, tahun dan faktor pendukung lainnya. Adapun perbedaan dan persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu adalah sebagai berikut :

1. Persamaan Penelitian

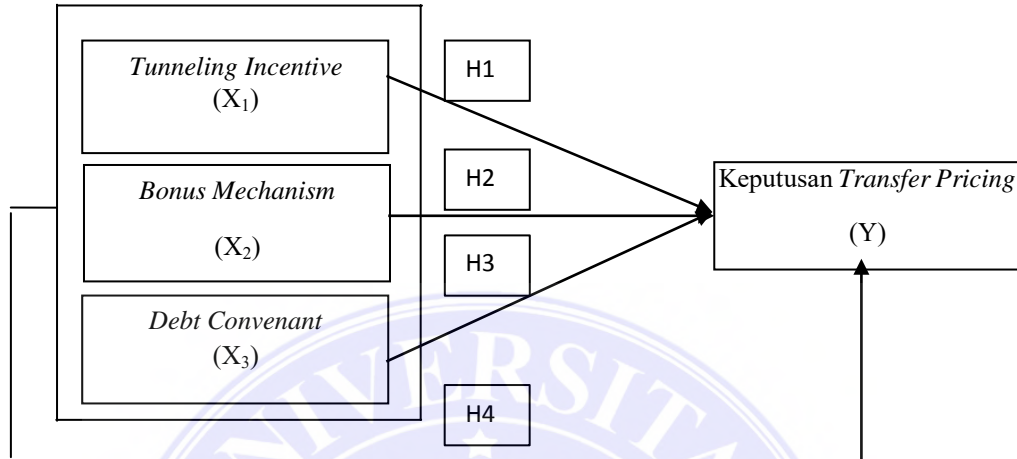
- a. Terdapatnya persamaan variabel independen dalam penelitian yakni *tunneling incentive*, *mekanisme bonus* dan *debt covenant* serta variabel dependen yakni keputusan *transfer pricing*.
- b. Terdapatnya pembaharuan penelitian terkait Objek penelitian yang diteliti.

2. Perbedaan Penelitian

- a. Terdapatnya beberapa variabel independen yang tidak diteliti dalam penelitian seperti tarif pajak penghasilan, *profitabilitas*, *exchange rate*.
- b. Penelitian yang dilakukan menggunakan variabel moderasi seperti *tax avoidance* maupun *tax minimization*.
- c. Terdapatnya perbedaan pada tahun penelitian yang dilakukan.
- d. Terdapatnya hipotesis beberapa penelitian yang menyatakan ketidakterkaitan (berpengaruh) antar variabel independen terhadap dependen.

2.7 Kerangka Konseptual

Berdasarkan hipotesis penelitian yang telah disimpulkan maka dapat diketahui kerangka konseptual pada penelitian ini yakni sebagai berikut:



Gambar 2.1
Karangka Konseptual

2.8 Hipotesis

2.8.1 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Perusahaan melakukan *tunneling incentive* adalah untuk meminimalkan biaya transaksi. Ketika praktek *tunneling incentive* meningkat, maka perusahaan akan lebih banyak melakukan transaksi *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (Marfuah dan Azizah, 2014). Struktur kepemilikan dan tersedianya sumber daya keuangan pada perusahaan yang akan ditunnelkan merupakan dua hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk melakukan *tunneling covenant* (Sarawasti dan Sujana, 2017).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan pengaruh antara *debt covenant* dengan *transfer pricing* yakni, menurut Mispianiti (2015) menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk

melakukan keputusan *transfer pricing*. Menurut Saraswati dan Sujana (2017) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Kemudian, Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

2.8.2 Pengaruh *Bonus Mechanism* terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau hadiah (*reward*) yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya seperti ketika para direksi yang cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada shareholder (pemegang saham) untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemegang saham tidak hanya memberikan bonus kepada manajemen yang dapat menghasilkan keuntungan periodik untuk divisi dan sub divisi, tetap juga kepada direksi yang bersedia melakukan kerja sama demi keberlangsungan usaha dan peningkatan pendapatan perusahaan (Horngren, 2008). Oleh sebab itu, direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan melakukan kegiatan penerimaan pendapatan (penjualan) dan meningkatkan laba pada tahun berjalan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan pengaruh antara *debt covenant* dengan *transfer pricing* yakni, menurut Pamungkas (2018) menyatakan *bonus mechanism* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun menurut Aryanti dan Delfina (2021)

menyatakan *bonus mechanism* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Kemudian, Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis sebagai berikut :

H2 : *Bonus mechanism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

2.8.3 Pengaruh *Debt Convenant* terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Perusahaan yang memiliki rasio solvabilitas yang besar akan memilih metode akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang. Dengan pemilihan metode akuntansi yang tepat, maka perusahaan akan mempunyai rasio solvabilitas yang kecil (Watts, 2018). Hal tersebut dikarenakan laba yang dilaporkan semakin meningkat akan menurunkan kelalaian teknik. Sebagian besar perjanjian utang juga berisi kontrak kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian. Dalam *debt convenant*, semakin besar probabilitas perusahaan melakukan pelanggaran pada akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang, maka perusahaan tersebut akan cenderung memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke masa periode masa kini (Pamungkas, 2018).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan pengaruh antara *debt convenant* dengan *transfer pricing* yakni, menurut Idrasti (2016) menyatakan bahwa Debt Convenant berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Menurut Aryanti dan Delfina (2021) menyatakan *debt convenant* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Kemudian, menurut Pamungkas (2018)

menyatakan *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

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

Tunneling incentive, bonus mechanism dan *debt covenant* merupakan faktor yang mendukung perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing* (Pamungkas, 2018). Pemberlakuan kebijakan *transfer pricing* tersebut ditujukan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara sehingga Direktur Jendral Pajak (DJP) setiap tahunnya melakukan pemeriksaan terhadap beberapa perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing*. Menurut Dwi (2018), *tunneling incentive, bonus mechanism* dan *debt covenant* bisa mempengaruhi manajemen untuk melakukan pengurangan maupun peningkatan laba, tergantung dengan kebutuhan serta tujuan perusahaan yakni *tax minimization*. Adapun salah satunya cara dengan melakukan *transfer pricing* pada setiap transaksi yang memiliki nilai probabilitas transaksi besar terkhusus transaksi multinasional (Idrasti, 2016).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan pengaruh *tunneling incentive, bonus mechanism* dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* yakni, menurut Idrasti (2016) menyatakan bahwa keseluruhan variabel memiliki pengaruh positif terhadap

keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Menurut Delfina (2018) menyatakan seluruh variabel independen yakni *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa.

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



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan pada Penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) Pendekatan asosiatif ialah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel untuk melihat hubungan antar variabel satu dengan yang lain dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. kuantitatif pada penelitian ini menggunakan angka dan analisis sesuai dengan metode statistik yang akan digunakan.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini dilakukan pada Bursa Efek Indonesia melalui website www.idx.com tahun 2018-2020.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

Keterangan	2022						
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Agust	Sep
Pengajuan Judul							
Pembuatan Proposal							
Revisi Proposal							
Seminar Proposal							
Pengadaan Penelitian							
Pembuatan Hasil							
Revisi Hasil							
Seminar Hasil							
Sidang							

Sumber : Data olahan peneliti.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah daerah generalisasi yang terdapat objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 26 perusahaan.

Tabel 3.2
Daftar Populasi

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk
2	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
6	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
7	ICBP	PT Indofood CBP Tbk
8	INDF	PT Indofood Tbk
9	ROTI	PT Sari Roti Tbk
10	SCPI	PT Organon Pharma Indonesia Tbk
11	SOHO	PT Soho Global Health Tbk
12	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
13	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
14	CBMF	PT Cahaya Bintang Medan Tbk
15	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
16	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
17	COCO	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk
18	IKAN	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk
19	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk
20	KEJU	PT Mulia Boga Raya Tbk
21	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
22	MYOR	PT PT Mayora Indah Tbk
23	PANI	PT Pratama Abadi Nusantara Industri Tbk
24	PCAR	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk
25	PSDN	PT Prashida Aneka Niaga Tbk
26	PSGO	PT Palma Serasih Tbk

Sumber : Data diolah Peneliti.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah hasil generalisasi yang yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh

peneliti untuk diteliti. Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *purposive sampling* adalah suatu metode pengambilan penelitian menggunakan karakteristik atau kriteria tertentu berdasarkan objek yang diteliti. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
2. Perusahaan sektor consumer goods yang menerbitkan laporan keuangan secara berkala tahunan di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
3. Perusahaan sektor consumer goods yang tidak mengalami penurunan laba negatif (rugi) tahun 2018-2020.
4. Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan tahunan dalam dua jenis mata uang yakni rupiah dan mata uang asing (dolar).
5. Perusahaan yang tidak dikendalikan oleh asing dengan persentase kepemilikan lebih dari 20% atau lebih.

Adapun rincian kriteria perusahaan yang telah melewati tahapan kriteria yang telah ditentukan dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Kriteria Penentuan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 dan yang menerbitkan laporan keuangan secara berkala tahunan di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020	26
Perusahaan sektor consumer goods yang mengalami penurunan laba dan mengalami kerugian tahun 2018-2020 karena jika mengalami kerugian, perusahaan tidak melakukan pembayaran pajak sehingga tidak bisa dijadikan sampel.	(4)
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan tahunan dalam dua jenis mata uang yakni rupiah dan mata uang asing.	(3)
Perusahaan yang tidak dikendalikan oleh asing dengan persentase kepemilikan lebih dari 20% atau lebih.	(3)
Jumlah Sampel	16
Jumlah Data Diolah (16 Perusahaan x 3 Tahun)	48

Sumber : Data Olahan Peneliti.

Berdasarkan data tabel 3.2 diatas, adapun beberapa sampel perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kode dan Nama Perusahaan Sampel Penelitian

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk
2	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
6	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
7	ICBP	PT Indofood CBP Tbk
8	INDF	PT Indofood Tbk
9	ROTI	PT Sari Roti Tbk
10	SCPI	PT Organon Pharma Indonesia Tbk
11	SOHO	PT Soho Global Health Tbk
12	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
13	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
14	CBMF	PT Cahaya Bintang Medan Tbk
15	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
16	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2022.

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel operasional yang diteliti adalah pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Operasional	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
1	Transfer Pricing (Y) (Rose, 2019)	Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer baik barang ataupun jasa yang dilakukan oleh suatu instansi ekonomi atau perusahaan.	Perusahaan yang melakukan transaksi penjualan dengan pihak istimewa dikategorikan 1 dan bagi yang tidak dikategorikan 0.	Nominal
2	Tunneling Incentive (Delfina., Pangaribuan, 2018)	Tunneling Incentive adalah metode atau kegiatan transfer sumber daya dari suatu perusahaan ke pengendali pemegang saham.	Tunneling bisa dilihat melalui tingkat persentase kepemilikan saham dalam suatu perusahaan dengan menggunakan data <i>dummy</i> , dimana jika persentase saham lebih besar atau sama dengan 20% maka akan dikategorikan 1, namun jika tidak mencapai 20% maka dikategorikan 0.	Nominal
3	Bonus Mechanism (Hartati, 2015)	mekanisme bonus adalah komponen yang melakukan perhitungan besar kecilnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemilik modal kepada manajemen atau direksi melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang dianggap memiliki kinerja yang baik.	$ITRENDLB = \frac{\text{Laba bersih tahun } t \times 100}{\text{Lababersih } t-1}$	Rasio
4	Debt Covenant (Rosa, 2017)	Debt Covenant adalah kontrak yang diperuntukkan untuk membatasi aktivitas yang mungkin dapat merupakan suatu nilai pinjaman dan <i>recovery</i> pinjaman	$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang} \times 10}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio

Sumber : Data Olahan Peneliti.

3.4 Jenis Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah data yang tidak langsung berasal dari lapangan atau

peneliti tidak langsung mengambil data sendiri ke tempat objek penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman seperti Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal, Laporan Arus Kas dan Catatan Atas Laporan Keuangan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi sebagai upaya dalam mencapai tujuan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah mempelajari catatan-catatan perusahaan yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder berupa penelitian melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website www.idx.co.id data laporan tahunan perusahaan dan melalui website resmi perusahaan sedang dipelajari. Penulis membutuhkan sejumlah data baik dari dalam maupun dari luar perusahaan.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi kepustakaan dalam penelitian ini, penulis mencoba untuk memperoleh beberapa informasi dari pengetahuan yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam penelitian, yaitu dengan cara studi literatur untuk mempelajari, meneliti, mengkaji, dan mengkaji literatur buku, jurnal, buletin, hasil simposium berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan bahan yang akan digunakan sebagai landasan teori.

3.6 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi non linier logistik yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan untuk menguji variabel moderasi dalam hafalan hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat. Dalam analisis regresi logistik, tidak diperlukan uji asumsi klasik. Hal tersebut dikarenakan jenis terdapat perbedaan jenis regresi. Menurut Ghozali (2018), persamaan regresi logistik termasuk dalam uji non linear sedangkan persamaan analisis regresi linear termasuk dalam uji linear sehingga dibutuhkan uji asumsi klasik dalam pengujiannya.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan gambaran data dari semua variabel yang akan dimasukkan dalam penelitian dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, mean (mean), varians, dan standar deviasi.

3.7.2 Menguji Kelayakan Model Fit

Kelayakan model regresi dinilai dalam menggunakan *Model Fit Test* dengan melihat nilai *hosmer and lemeshow test*. Menurut Ghozali (2018), penggunaan model uji ini diperuntukan untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris sesuai dengan model dan tidak terdapat perbedaan antar model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit. Adapun kriteria penentuan sebagai berikut :

- a. Jika nilai statistik Model Fit $\leq 0,05$ maka hipotesis nol ditolak.
- b. Jika nilai statistik Model Fit $\geq 0,05$ maka hipotesis nol diterima.

3.7.3 Menilai Model Fit (*Overall Model Fit*)

Uji ini digunakan untuk menilai model yang telah dihipotesiskan telah fit atau tidak dengan data. Hipotesis untuk menilai model fit adalah sebagai berikut :

- a. H_0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data.
- b. H_1 : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data.

Dari hipotesis ini, agar model fit dengan data, maka H_0 harus diterima. Statistik yang digunakan berdasarkan *Likelihood*. *Likelihood L* dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input. Untuk menguji hipotesis nol dan alternative, L ditransformasikan menjadi $-2 \text{ Log}L$. Output SPSS memberikan dua nilai $-2 \text{ Log}L$ yaitu satu untuk model yang hanya memasukan konstanta saja dan satu model dengan konstanta serta tambahan bebas. Adanya pengurangan nilai antara $-2\text{Log}L$ awal dengan nilai $-2\text{Log}L$ pada langkah berikutnya menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data (Ghozali, 2018). *Log Likelihood* pada regresi logistik mirip dengan *Sum of Square Error* pada model regresi, sehingga penurunan model *Log Likelihood* menunjukkan model regresi yang baik.

3.8 Analisis Regresi Logistik

Uji regresi logistik digunakan untuk mengetahui seberapa besar kapasitas variabel independen yakni *tunneling incentive* (X_1), *bonus mechanism* (X_2) dan *debt covenant* (X_3) mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan *transfer pricing* (Y). Model regresi pada penelitian ini adalah regresi non-linear karena dalam proses pengujian menggunakan data skala pengukuran nominal sehingga menggunakan persamaan regresi logistik. Persamaan tersebut juga tidak

menggunakan data asumsi klasik dalam pengujiannya karena uji asumsi klasik hanya digunakan untuk jenis uji regresi (Ghozali, 2018).

Berdasarkan persamaan regresi logistik tersebut yakni sebagai berikut:

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

Keterangan :

Z = Keputusan *transfer pricing*

a = Konstanta

b1-b3 = Koefisien variabel independen

X₁ = *Tunneling incentive*

X₂ = *Bonus mechanism*

X₃ = *Debt covenant*

e = Standar Error

3.8.1 Matriks Klasifikasi

Model Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi, untuk memprediksi penerimaan *transfer pricing* pada perusahaan. Dalam *output* regresi logistic, angka ini dapat dilihat pada *Classification Table*.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Wald (Uji Parsial t)

Menurut Ghozali (2018), uji *wald* (t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengetahui nilai uji *wald* (uji t), tingkat signifikansi sebesar 5%.

Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

3.9.2 Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan f)

Menurut Ghozali (2018), uji *Omnibus test of model coefficients* (f) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh seluruh variabel independen secara simultan dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengetahui nilai uji *Omnibus test of model coefficients* (f), tingkat signifikansi sebesar 5%. Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya seluruh variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

3.9.3 Koefisien Determinasi (*Nagalkerke R²*)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen yang dapat dilihat dari nilai *Nagalkerke R Square*. Pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat pada besarnya nilai (*Nagalkerke R²*). Nilai (*Nagalkerke R²*) memiliki interval antara 0 dan 1. Apabila nilai *Nagalkerke R²* bernilai besar (mendekati 1) maka bisa dikatakan bahwa variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan apabila nilai (*Nagalkerke R²*) bernilai kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tunneing incentive* memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dapat diterima.
2. *Bonus mechanism* memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan *bonus mechanism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dapat diterima.
3. *Debt covenant* memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dapat diterima.
4. *Tunneing incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap keputusan *transfer pricing*, sehingga hipotesis keempat (H4) yang menyatakan *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber literatur bagi penelitian selanjutnya dengan variabel sejenis yang akan diteliti pada periode selanjutnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa menjadi teknik pengambilan keputusan dalam menganalisis kapabilitas perusahaan dalam menindaklanjuti praktik *transfer pricing* yang dimana akan berdampak pada struktur kepemilikan dan laba (*profit*) perusahaan. Kemudian terkait *tunneling incentive*, perusahaan harus lebih memperhatikan sumber daya perusahaan, ketika sumber daya perusahaan mengalami penurunan, tentu perusahaan harus melakukan transfer kepada pengendali pemegang saham, *bonus mechanism* juga harus menjadi perhatian bagi pemegang saham, dimana ketika laba yang diperoleh meningkat, pemegang saham harus memberikan bonus kepada manajer dan *debt covenant*, manajer harus mengatasi kendala permodalan yang ada, dimana utang tidak boleh lebih besar dari pada modal, maka dari itu modal dan utang sangat berpengaruh dalam aktivitas bisnis.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menambah jumlah sampel maupun variabel penelitian untuk memperluas wilayah sampel peneliti dan dapat melakukan penelitian lebih lanjut sehingga hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan untuk ruang lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anne, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Konsumen Dalam Berinvestasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Bina Nusantara*, 11-12.
- Aryanti, D. (2021). Strategi dan Metode Pengungkapan Pertumbuhan Saham dalam Laporan Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12-15.
- Bebbington. (2016). Pertumbuhan Harga Saham Sebagai Metode Pengambilan Keputusan Bagi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Bina Nusantara*, 11-14.
- Buana. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Tengah Periode 2010-2014. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universtias Bina Nusantara*, 2-3.
- Dwi, A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing, Bonus Mechanism dan Pertumbuhan Laba terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19-21.
- Farahmita, S. (2011). Pengaruh Bonus Mechanism dan Pertumbuhan Laba terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Bina Nusantara*, 1-2.
- Fitri. (2019). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: PT Alfabeta.
- Gayatrie, P. (2014). *Analisis Faktor Kepuasan Karyawan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Grey. (2018). *Teori Legitimasi Dalam Perusahaan Manufaktur*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hapsari, W. (2015). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Return on Equity terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Semarang : Universitas Negeri Semarang*, 11-15.
- Harimurti. (2018). *Buku Pengelolaan Tata Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Rihama.
- Hartati. (2015). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Pajak Tanggahan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Gajayana Malang*, 12-13.
- Idrasti, S. (2016). Pengaruh Transfer Pricing, Mechanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Jayabaya*, 1-2.

- Ikhsan. (2009). *Akuntansi Keuangan dan Pelaporan*. Yogyakarta: PT Graha Ilmu.
- Indasari, P. (Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Semarang : Universitas Diponegoro). Pengaruh Kualitas Laba, Harga Saham dan Bonus Mechanism terhadap Kinerja Keuangan. 2016, 1-3.
- Jafri, M. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Bina Nusantara*, 1-2.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Pertama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Klassen. (2013). *Pertumbuhan Harga Saham, Mengapa dan Bagaimana*. Yogyakarta: PT Grafindo Yogyakarta.
- Lingga, P. (2012). Analisis Kemampuan Perusahaan dalam Menjalankan Aktivitas Bisnis Berdasarkan Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Surabaya : Universitas Jayabaya*, 5-6.
- Marfuah, A. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Harga Saham, Bonus Mechanism dan Tunneling Incentive terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7-8.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Bonus Mechanism dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Riau : Universitas riau*, 1-2.
- Mulyani, S. (2022). *Pertumbuhan Harga Saham Seluruh Sektor Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Muniarti, I. (2011). Penerapan Skema Transfer Pricing, Tunneling Incentive dan Bonus Mechanism terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Negeri Malang*, 1-2.
- Nadira, L. (2020). Penerapan Pertumbuhan Harga Saham Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Panca Budi Medan*, 4-5.
- Netha, L. (2018). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Pajak Tangguhan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EKonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Gajayana Malang*, 1-2.
- Nisa, A. C. (2020). Pengaruh Tunneling Incentive dan Mechanism Bonus terhadap Tranfer Pricing . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Negeri Medan*, 1-2.
- Pamungkas. (2018). Impelemntasi Corporate Social Responsibility berdasarkan Budaya Tri Hita Karana. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Brawijaya*, 4-5.

- Pangaribuan, D. (2018). Pengaruh Bonus Mechanism dan Pertumbuhan Laba terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Bina Nusantara*, 9-10.
- Prayudiawan, J. (2020). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Harga Saham terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Brawijaya*, 7-9.
- Putri. (2019). Analisis Laba Rugi Perusahaan PT Alam Kalista. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Negeri Medan*, 1-2.
- Rifan, A. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Laba, Tunneling Incentive dan Bonus Mechanisme terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Sumatera Utara*, 5-6.
- Rosa, S. (2018). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Profitabilitas terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Padang : Universitas Negeri Padang*, 1-2.
- Sandy. (2017). Penerapan Bonus Mechanism, Tunneling Incentive dan Leverage terhadap tindak Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Surakarta : Universitas Surakarta*, 11-13.
- Saraswati, S. (2018). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Profitabilitas terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Aceh : Universitas Malaikussaleh*, 5-6.
- Setiawan. (2019). Pengaruh Harga Saham, Bonus Mechanism dan Beban Pajak terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta*, 11-13.
- Sianipar, V. (2017). Pengaruh Bonus Mechanis, Tunneling Incentive dan Pajak Tanguhan terhadap Transfer Pricing . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Sumatera Utara*, 4-6.
- Simamora, P. (2018). Penerapan Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Profitabilitas terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Medan : Universitas Sumatera Utara*, 9-11.
- Suandy, H. (2014). Pengaruh Bonus Mechanism, Tunneling Incentive dan Beban Pajak terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Riau : Universitas Riau*, 11-13.
- Subramanyam. (2010). *Metode Analisis dan Perhitungan Harga Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sukrisno. (2018). *Akuntansi Manajemen dan Pengungkapan*. Jakarta: Salemba Empat.

Watss, W. (2018). Penerapan Bonus Mechanism, Tunneling Incentive dan Return On Aset terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : PPM School of Management*, 11-14.



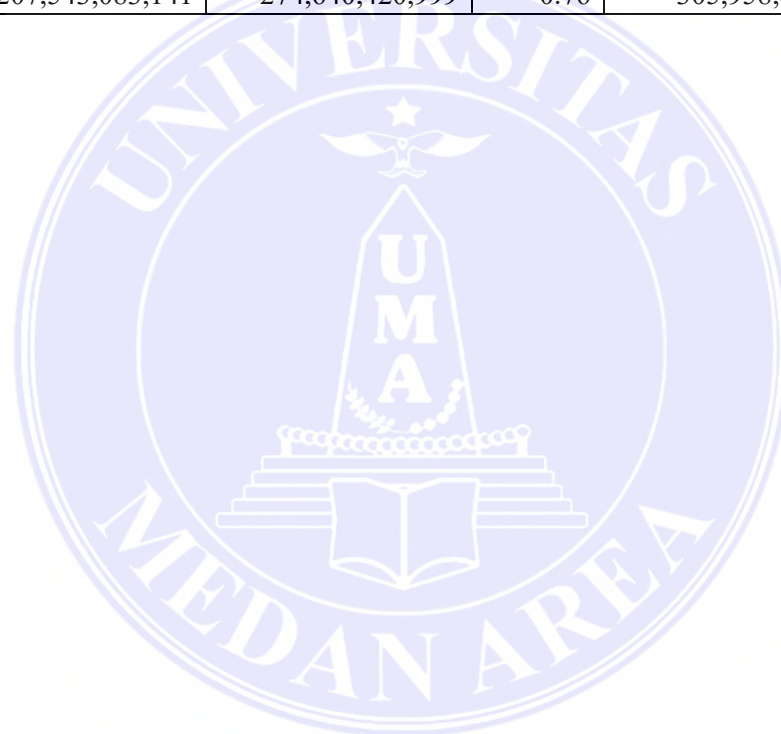


Lampiran 1. Tabulasi Data Excel Penelitian

KODE	TAHUN	TUNNELING INCENTIVE	BONUS MECHANISM		TOTAL BM_X2	DEBT TO ASET RATIO		TOTAL DAR_X3	TRANSFER PRICING
		X1	EAT t	EAT t-1		TOTAL HUTANG	TOTAL AKTIVA		Y
UNVR	2018	0	9,081,187	8,991,212	1.01	12,943,202	20,326,869	0.64	0
	2019	0	7,090,517	9,081,187	0.78	15,367,509	20,649,371	0.74	0
	2020	0	7,163,536	7,090,517	1.01	15,597,264	20,534,632	0.76	1
GOOD	2018	1	440,977,350,568	441,232,012,254	1.00	1,722,999,829,003	4,212,408,305,683	0.41	0
	2019	1	408,492,036,257	440,977,350,568	0.93	2,297,546,907,499	5,063,067,672,414	0.45	0
	2020	0	188,915,062,473	408,492,036,257	0.46	3,676,532,851,880	6,570,969,641,033	0.56	1
MYRA	2018	1	1,804,748,133,197	1,570,140,423,232	1.15	9,049,161,944,940	24,202,514,511,000	0.37	0
	2019	1	2,100,987,252,012	1,804,748,133,197	1.16	9,220,010,844,231	24,601,222,114,120	0.37	1
	2020	1	1,902,000,232,191	2,100,987,252,012	0.91	8,991,002,122,111	19,424,000,120,547	0.46	0
ROTI	2018	0	136,301,090,897	188,915,062,473	0.72	1,476,909,260,772	4,393,810,380,883	0.34	0
	2019	0	221,853,474,024	136,301,090,897	1.63	1,589,486,465,854	4,682,083,844,951	0.34	0
	2020	0	145,493,328,513	221,853,474,024	0.66	1,224,495,624,254	4,452,166,671,985	0.28	1
AISA	2018	0	103,041	191,212	0.54	5267348	1816406	2.90	0
	2019	0	1,613,969	103,041	15.66	3526819	1868966	1.89	0
	2020	0	1,206,930	1,613,969	0.75	1183300	2011557	0.59	1
ALTO	2018	0	32,158,111,155	7,221,987,221	4.45	722,716,844,799	188,531,394,038	3.83	0
	2019	0	6,396,153,931	32,158,111,155	0.20	722,719,563,550	176,818,868,579	4.09	1
	2020	0	7,847,443,274	6,396,153,931	1.23	732,991,334,916	1,105,874,415,256	0.66	0
BTEK	2018	0	114,287,091,118	123,000,892,381	0.93	2,904,707,799,328	5,165,236,468,706	0.56	0
	2019	0	117,912,748,401	114,287,091,118	1.03	2,832,632,209,365	4,975,248,130,342	0.57	1

	2020	1	480,244,281,123	117,912,748,401	4.07	2,561,356,330,772	4,223,727,970,626	0.61	0
ADES	2018	0	58,903	65,122	0.90	399,361	881,275	0.45	0
	2019	0	86,023	58,903	1.46	254,438	822,375	0.31	0
	2020	0	135,765	86,023	1.58	258,283	958,791	0.27	0
GGRM	2018	0	7,698,008	8,977,201	0.86	23,963,934	69,097,219	0.35	0
	2019	0	10,800,102	7,698,008	1.40	27,716,516	78,647,274	0.35	0
	2020	0	7,591,709	10,800,102	0.70	19,668,941	78,191,409	0.25	0
ICBP	2018	0	4,658,781	3,543,173	1.31	11,660,003	34,367,153	0.34	0
	2019	0	5,360,029	4,658,781	1.15	12,038,210	38,709,314	0.31	0
	2020	0	7,418,574	5,360,029	1.38	53,270,272	103,588,325	0.51	0
INDF	2018	0	4,961,851	5,102,128	0.97	46,620,996	42,388,236	1.10	0
	2019	0	5,902,729	4,961,851	1.19	41,996,071	43,072,504	0.98	0
	2020	0	8,752,066	5,902,729	1.48	163,136,516	96,198,559	1.70	0
SCPI	2018	0	127,091,642	149,023,121	0.85	1,133,297,452	1,635,702,779	0.69	0
	2019	0	112,652,526	127,091,642	0.89	800,703,906	1,417,704,185	0.56	0
	2020	0	218,362,874	112,652,526	1.94	766,072,367	1,598,281,523	0.48	0
SOHO	2018	0	120,442	110,878	1.09	1,944,221	385,788	5.04	0
	2019	0	118,702	120,442	0.99	1,955,092	401,396	4.87	0
	2020	0	172,200	118,702	1.45	1,974,141	395,542	4.99	0
CAMP	2018	0	65,166,017,439	69,223,001,232	0.94	118,853,215,128	1,004,275,813,783	0.12	0
	2019	0	74,981,135,207	65,166,017,439	1.15	122,136,752,135	1,057,529,235,985	0.12	0
	2020	0	44,722,940,073	74,981,135,207	0.60	1,086,873,666,641	1,057,529,235,985	1.03	0
CBMF	2018	0	9,230,075,784	10,220,987,012	0.90	74,074,248,005	236,349,002,148	0.31	0
	2019	1	26,435,597,673	9,230,075,784	2.86	85,030,777,174	273,741,128,990	0.31	0

	2020	0	5,286,152,369	26,435,597,673	0.20	94,975,891,931	344,228,909,175	0.28	1
CEKA	2018	1	136,839,635,762	145,022,567,422	0.94	192,308,466,864	1,168,956,042,706	0.16	0
	2019	1	274,640,420,999	136,839,635,762	2.01	261,748,845,240	1,393,079,542,074	0.19	0
	2020	1	207,543,083,141	274,640,420,999	0.76	305,958,833,204	1,566,673,828,068	0.20	0



Lampiran 2. Hasil Data SPSS

a. 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

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

b. Uji Statistik Deskriptif

		X1	X2	X3	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

c. Uji Hosmer dan Lemes Show

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	11,472	8	,176

d. Hasil Uji -2Log Likelihood

		Iteration History ^{a,b,c,d}				
Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients				
		Constant	X1	X2	X3	
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.

e. Uji Classification Tabel

Classification Table^a

	Observed	Predicted		Percentage Correct
		Y		
		0	Ada	
Y		40	0	100,0
Step 1	Ada	5	3	37,5
	Overall Percentage			89,6

a. The cut value is ,500

f. Uji Nagelker R Square

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.

g. Uji Omnibus Test of Model Coefficients

Omnibus Tests of Model Coefficients

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



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kadam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366078, 7366168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Selayu No. 70A/B, Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : www.medanarea@uma.ac.id www.uma.ac.id akademi@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1642 /FEB.1/06.S/ V /2022

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : MARITO SIMANJUNTAK
N P M : 188330243
Program Studi : Akuntansi

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

"Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism Dan Debt Convenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Consumer Good Yang Terdaftar Di BEI 2018-2020"

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n Dekan, 30 Mei 2022

Program Studi Akuntansi

