

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian

Populasi pada penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur di Indonesia. Kemudian sampel dari penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 sampai 2017. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian sebanyak 31 perusahaan. Perusahaan sampel ditentukan melalui kriteria tertentu dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Kriteria Sampel Penelitian

Kriteria	Total
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	154
Perusahaan manufaktur yang tidak konsisten terdaftar di BEI periode 2015 sampai 2017	-15
Perusahaan manufaktur yang memiliki persentase kepemilikan oleh perusahaan asing kurang dari 20%	-55
Perusahaan manufaktur yang tidak tertib dalam melaporkan laporan keuangan ke BEI periode 2015 sampai 2017	-28
Perusahaan manufaktur mengalami kerugian selama tahun 2015-2017	-25
Jumlah data sampel akhir	31
Jumlah tahun sampel yang dijadikan sampel periode pengamatan	93

## B. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dari variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Tunneling Incentive</i>	93	,22	,93	,5726	,23901
Pajak	93	-1,64	542,72	8,0333	56,60298
Mekanisme Bonus	93	1,00	1,00	1,0000	,00000
Ukuran Perusahaan	93	9,27	14,47	12,2017	,97758
<i>Transfer Pricing</i>	93	,00	1,00	,8172	,38859
Valid N (listwise)	93				

Tabel 4.2 menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif dari variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan output tabel diatas data yang berjumlah 93 data.

Variabel *tunneling incentive* memiliki nilai minimum sebesar 0,22 dan nilai maksimum sebesar 0,93. Rata-rata nilai dari variabel *tunneling incentive* adalah 05726 dengan standar deviasi sebesar 0,23901.

Variabel pajak memiliki nilai minimum sebesar -1,64 dan nilai maksimum sebesar 542,72. Rata-rata nilai dari variabel pajak adalah 8,0333 dan standar deviasi sebesar 56,60298.

Variabel mekanisme bonus memiliki nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Rata-rata nilai dari variabel ini sebesar 1,0000 dengan standar deviasi sebesar 0,0000.

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 9,27 dan nilai maksimum sebesar 14,47. Rata-rata nilai dari variabel ini sebesar 12,2017 dengan standar deviasi sebesar 0,97758.

Variabel *transfer pricing* memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Rata-rata nilai dari variabel ini sebesar 0,8172 dengan standar deviasi sebesar 0,38859.

## **C. Analisis Regresi Logistik**

### **1. Menilai Kelayakan Model Regresi**

Pengujian kelayakan model regresi logistik pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Goodness of fit test yang diukur dengan nilai Chi-Square, dimana probabilitas signifikansi yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 %. Dengan  $\alpha=5\%$  dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik yang digunakan telah cukup mampu menjelaskan data (sesuai). Hipotesis untuk menilai kelayakan model regresi adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada perbedaan antara model dengan data

$H_a$  : Ada perbedaan antara model dengan data

Tabel 4.3  
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	11,943	8	0,154

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian Hosmer and Lemeshow. Dengan probabilitas signifikansi menunjukkan angka 0,154. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ) atau 5%, maka  $H_0$  diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

## 2. Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Penilaian terhadap Model Fit dan Keseluruhan Model dilakukan dengan membandingkan nilai -2 Log Likelihood pada Block Number 0 dan -2 Log Likelihood pada Block Number 1 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Nilai-2 Log Likelihood

<b>-2 Log Likelihood Block N = 0</b>	<b>-2 Log Likelihood Block N = 1</b>
88,463	20,397

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat terjadi penurunan dari nilai 2 Log Likelihood dari 88,463 menjadi 20,397. Adanya penurunan dari -2 Log Likelihood Block Number 0 ke -2 Log Likelihood Block Number 1 ini

menunjukkan bahwa model regresi baik dan model yang dihipotesiskan fit dengan data.

### 3. Analisis Regresi

Model *regresi* logistik digunakan untuk mencari persamaan regresi jika variabel dependennya merupakan variabel yang berbentuk skala ordinal atau variabel yang bersifat kualitatif (Ghozali, 2013). Pengujian yang dilakukan yaitu dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%.

Tabel 4.5  
Analisis Regresi

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
tunneling_incentive	2,782	,861	10,436	1	,001	16,151
pajak	,051	,723	,005	1	,944	1,052
Step 1 <sup>a</sup> mekanisme_bonus	2,105	,992	4,499	1	,034	8,203
ukuran_perusahaan	-4,020	4,708	,729	1	,393	,018
Constant	12,052	11,732	1,055	1	,304	171500,785

Dari hasil analisis diatas, pada kolom beta dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi logistik, sebagai berikut:

$$\text{Ln} \frac{Y}{1-Y} = 12,052 + 2,782X_1 + 0,051X_2 + 2,105X_3 - 4,020X_4 + \varepsilon$$

Nilai konstanta dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 12,052 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen *tunneling incentive*, pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan dianggap nol, maka peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 12,052.
2. Koefisien variabel *tunneling incentive* sebesar 2,782, berarti setiap kenaikan *tunneling incentive* sebesar 1 satuan, maka peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* akan naik sebesar 2,782, dengan anggapan variabel bebas yang lain tetap.
3. Koefisien variabel pajak sebesar 0,051, berarti setiap kenaikan pajak sebesar 1 satuan, maka peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* akan naik sebesar 0,051, dengan anggapan variabel bebas yang lain tetap.
4. Koefisien variabel mekanisme bonus sebesar 2,105, berarti setiap kenaikan mekanisme bonus sebesar 1 satuan, maka peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* akan naik sebesar 2,105, dengan anggapan variabel bebas yang lain tetap.
5. Koefisien variabel ukuran perusahaan sebesar -4,020, berarti setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan, maka peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* akan turun sebesar -4,020, dengan anggapan variabel bebas yang lain tetap.

#### D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas yaitu *tunneling incentive*, pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan menggunakan hasil uji regresi yang ditunjukkan dalam *variabel in the equation*.

Dalam uji hipotesis regresi logistik ini dengan melihat *Variables in the Equation*, pada kolom *Significant* yang kemudian dibandingkan dengan alpha 0,05 (5%), apabila tingkat signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima.

Tabel 4.6  
Pengujian Hipotesis

	B	Sig.	Exp(B)
Tunneling Incentive	2,782	0,001	16,151
Pajak	0,051	0,944	1,052
Mekanisme Bonus	2,105	0,034	8,203
Ukuran Perusahaan	-4,020	0,393	0,018
Constant	12,052	0,304	

Dari pengujian hipotesis menggunakan SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa:

##### 1. Pengujian Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

Nilai signifikan *tunneling incentive* menunjukkan nilai sebesar 0,001, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti  $H_1$  diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

## 2. Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

Nilai signifikan pajak menunjukkan nilai sebesar 0,944, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,944 > 0,05$  yang berarti  $H_2$  ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

## 3. Pengujian Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )

Nilai signifikan mekanisme bonus menunjukkan nilai sebesar 0,034, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,034 < 0,05$  yang berarti  $H_3$  diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

## 4. Pengujian Hipotesis Keempat ( $H_4$ )

Nilai signifikan ukuran perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,393, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,393 > 0,05$  yang berarti  $H_4$  ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

## **E. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel independen mampu memperjelas variabilitas variabel dependen. Koefisien determinasi pada regresi logistik dapat dilihat pada *Nagelkerke R Square*. Dimana nilai



*Nagelkerke R Square* dapat diinterpretasikan seperti nilai *R Square* pada regresi berganda (Ghozali, 2011).

**Tabel 4.7**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	68,066 <sup>a</sup>	,197	,321

Pada *tabel* diatas nilai *Nagelkerke R square* adalah 0,321 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 32,1%, sisanya sebesar 76,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

## **F. Pembahasan**

### **1. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing***

Hasil dari pengujian yang pertama yaitu hipotesis *tunneling incentive* ( $H_1$ ) menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hal ini menandakan bahwa apabila *tunneling incentive* meningkat maka *transfer pricing* akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispayanti (2017) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer*

*pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010–2013.

Kondisi kepemilikan saham khususnya perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung terkonsentrasi. Dari kondisi tersebut menyebabkan pemegang saham mayoritas dapat melakukan berbagai cara untuk meningkatkan dividen yang akan diterimanya. Sehingga pemegang saham mayoritas memiliki kecenderungan untuk melakukan *tunneling*. Perusahaan manufaktur di Indonesia sebagian besar memiliki anak perusahaan baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Kondisi ini dapat menguntungkan pemegang saham mayoritas dengan kemampuan untuk mengontrol perusahaan melakukan *transfer pricing*.

## **2. Pengaruh Pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing***

Hasil dari pengujian kedua yaitu hipotesis pajak ( $H_2$ ) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hal ini menandakan bahwa apabila pajak meningkat maka *transfer pricing* akan menurun yang berarti hipotesis kedua ditolak. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Marfuah dan Azizah (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Kemudian hasil ini tidak sesuai dengan penelitian dari Kiswanto dkk (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Perusahaan terdorong melakukan *transfer pricing* karena beban

pajak yang harus dibayarkan besar, namun pada perusahaan yang memiliki beban pajak kecil pun dapat melakukan *transfer pricing*.

### **3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing***

Hasil dari pengujian ketiga yaitu hipotesis mekanisme bonus (H<sub>3</sub>) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hal ini menandakan bahwa apabila mekanisme bonus meningkat maka *transfer pricing* akan meningkat yang berarti hipotesis ketiga diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari Mispityanti (2017) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Adanya bonus pada suatu perusahaan akan menciptakan suasana dalam berkerja semakin kondusif dan mendorong perusahaan mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Sehingga manajemen akan terdorong meningkatkan kinerja disuatu perusahaan tersebut. Semakin tinggi bonus yang diberikan perusahaan maka manajemen akan mencari cara untuk meningkatkan laba perusahaan dan memperoleh bonus tersebut.

### **4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap keputusan *Transfer Pricing***

Hasil dari pengujian keempat yaitu hipotesis ukuran perusahaan (H<sub>4</sub>) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hal ini menandakan bahwa apabila

ukuran perusahaan meningkat maka *transfer pricing* akan menurun yang berarti hipotesis keempat ditolak. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari Wijaya dkk (2009) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transaksi pihak berelasi (*related party transaction*). Dengan demikian dapat dimungkinkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan harga transfer atas harga jual barang maupun jasa yang dilakukan kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar maupun kecil dapat melakukan *transfer pricing* dan variabel ukuran perusahaan tidak dapat mengindikasikan.