

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020 secara berturut-turut. Perusahaan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel adalah 33 perusahaan dengan 3 tahun penelitian (2018-2020), sehingga total observasi pada penelitian ini adalah sebanyak 87 observasi. Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *tunneling incentive* terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing*.

Simpulan atas penelitian ini adalah:

1. Pajak tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dari hasil uji statistik t variabel pajak adalah sebesar -0,725 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu 0,471. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian Agustina (2019), Ginting, dkk (2019) dan Afifah (2020) yang menyatakan bahwa pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rate (ETR)* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. Mekanisme bonus tidak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dari hasil uji statistik t untuk mekanisme bonus yaitu sebesar 0,911 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,365. Karena nilai signifikansi mekanisme bonus lebih besar dari 0,05 maka H_{a2} ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian Refgia (2017), Agustina (2019), dan Ginting, dkk, (2019) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dari hasil uji statistik t untuk ukuran perusahaan adalah sebesar -2,190 dengan tingkat signifikansi 0,031. Tingkat signifikansi sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05, maka H_{a3} diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Khotimah (2018) dan Ratsianingrum, dkk, (2020) yang

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

4. Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dari hasil uji statistik t untuk profitabilitas yaitu sebesar 1,666 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,099. Karena nilai signifikansi profitabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_{a4} ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian Agustina (2019), Ginting, dkk (2019) dan Afifah (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return on Assets (ROA)* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
5. *Tunneling incentive* tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dari hasil uji statistik t variabel *tunneling incentive* diperoleh nilai t sebesar -2,388 dengan nilai signifikansi 0,019. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_{a5} ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosa, dkk. (2017), dan Afifah (2020) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing*.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi terhadap semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Terdapat variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini yang memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing*, hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah sebesar 0,118 atau 11,8% sedangkan sisanya sebesar 88,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.
3. Variabel dependen pada penelitian ini yakni *Transfer Pricing* diprosikan dengan perbandingan antara piutang kepada pihak berelasi terhadap total piutang perusahaan, sementara potensi terjadinya *Transfer Pricing* dapat

terjadi melalui hal lain seperti pembagian dividen, sewa, royalti, maupun pembelian barang/jasa.

5.3 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan *transfer pricing* adalah:

1. Memperpanjang periode penelitian. Hasil penelitian dengan periode yang lebih panjang lebih dapat menggeneralisasi hasil penelitian ke suatu sektor.
2. Menggunakan pengukuran lain untuk mengukur variabel dependen *transfer pricing*, seperti variabel *dummy*.
3. Menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap *transfer pricing*, seperti kepemilikan asing, *leverage* dan kualitas audit.

5.4 Implikasi

Transfer pricing adalah harga yang ditentukan atas berbagai transaksi antar divisi dalam perusahaan yang sama atau antar dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi. Penentuan harga transfer itulah yang kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan yang mempunyai pihak berelasi untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti dengan cara melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang tinggi agar laba perusahaan meningkat, dimana hal ini akan mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* meningkat. Dalam penelitian ini terbukti ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Perusahaan yang berukuran lebih kecil lebih memiliki dorongan atau motivasi untuk melakukan manajemen laba seperti memprioritaskan penjualan ke pihak berelasi dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi agar dapat meningkatkan laba perusahaan, dan dapat menarik calon investor untuk penanaman modal.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A