

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang digunakan**

Pada umumnya, metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan sehingga dapat memecahkan suatu masalah. Dalam penelitian ini, penulis perlu metode penelitian untuk digunakan sebagai langkah yang harus ditempuh oleh penulis dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2017:2) menjelaskan bahwa metode penelitian, adalah:

“Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Pengertian Metode Kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) menjelaskan adalah sebagai berikut:

“Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian dengan pendekatan Deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) dan tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”.

Dalam penelitian ini dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif adalah untuk mengetahui bagaimana Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016 – 2019.

Pengertian Penelitian Verifikatif yang dikemukakan menurut Sugiyono (2017:37) menjelaskan bahwa:

“Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam Penelitian ini, menggunakan metode verifikatif digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016 – 2019.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek Penelitian adalah isu atau permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Objek Penelitian adalah sesuatu yang menjadi tujuan dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2017:41) yang dimaksud dengan objek penelitian adalah sebagai berikut:

“Objek Penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif dan realible tentang suatu hal (variable tertentu).”

Dalam Penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, *Exchange Rate* dan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016 – 2019.

### **3.3 Unit Penelitian**

Unit Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang diteliti adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2019.

### **3.4 Unit Observasi**

Dalam penelitian ini, unit observasinya adalah Laporan Keuangan Tahunan yaitu periode 2016 – 2019 yang terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi komprehensif, dan Laporan arus kas perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2019.

### **3.5 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

#### **3.5.1 Definisi Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:38) pengertian variabel penelitian, adalah:

“Suatu sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul yang memiliki tiga Variabel Independen yaitu Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* dan satu Variabel Dependen yaitu *Transfer Pricing*. Maka pengelompokan variabel-variabel yang mencakup dalam judul tersebut terbagi menjadi dua variabel, yaitu variabel Independen dan variabel Dependen. Berikut ini adalah definisi dari masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini:

## 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel Bebas adalah:

“Variabel Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini, terdapat 3 (tiga) variabel independen yang diteliti, yaitu Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate*.

### a. Beban Pajak

Definisi Beban Pajak Menurut Waluyo (2012:272) adalah:

“Beban Pajak (*Tax expense*) adalah jumlah agregat pajak kini (*Current Tax*) dan beban pajak tangguhan (*Defferend Tax*) yang diperhitungkan dalam perhitungan laba rugi akuntansi pada suatu atau dalam periode berjalan sebagai beban penghasilan”.

Adapun Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel beban pajak adalah indikator Waluyo (2012:281) adalah:

$$\text{Effective Tax rate} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan Periode Berjalan}}{\text{Laba Keuangan Sebelum Pajak}}$$

### b. *Tunneling Incentive*

Definisi *Tunneling Incentive* menurut Sugiharto (2014:1), yaitu:

“*Tunneling Incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator menurut Sari & Sugiharto (2014:16), sebagai berikut:

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

c. *Exchange Rate*

Definisi *Exchange Rate* yang dikemukakan oleh Chan & Albert (2002), adalah:

“*Exchange Rate* adalah nilai tukar untuk memasukan nilai mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan kerugian selisih kurs yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator menurut Chan & Albert (2002), sebagai berikut:

$$\text{Nilai Kurs} = \frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

**2. Variable Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel independen. Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel Terikat (*Dependent Variable*), adalah:

“Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini, Variabel Terikat (*Dependent Variable*) yang akan diteliti adalah *Transfer Pricing*.

Definisi *Transfer Pricing* yang dikemukakan oleh Chairil Anwar Pohan (2018:196), yaitu:

“*Transfer Pricing* adalah harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi yang didasarkan pada prinsip harga pasar wajar”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah dengan menggunakan indikator *Related Party Transaction* menurut Chairil Anwar Pohan (2018:239) sebagai berikut:

$$RPT = \frac{\text{Total Penjualan Transaksi pihak berelasi}}{\text{Total Aset dimiliki perusahaan}} \times 100\%$$

### 3.5.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional Variabel digunakan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Sesuai dengan hipotesis yang peneliti ajukan yaitu Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*, maka terdapat 4 (empat) variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Beban Pajak ( $X_1$ ) sebagai Variabel Independen.
2. *Tunneling Incentive* ( $X_2$ ) sebagai Variabel Independen.
3. *Exchange Rate* ( $X_3$ ) sebagai Variabel Independen.
4. *Transfer Pricing* ( $Y$ ) sebagai Variabel Dependen.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Independen**  
**Variabel Independen: Beban Pajak ( $X_1$ ), *Tunneling Incentive* ( $X_2$ ), *Exchange Rate* ( $X_3$ )**

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Beban Pajak ( $X_1$ )	<p>“Beban Pajak (<i>Tax expense</i>) adalah jumlah agregat pajak kini dan beban pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam perhitungan laba rugi akuntansi pada suatu atau dalam periode berjalan sebagai beban pajak penghasilan”.</p> <p>Waluyo (2012:272)</p>	<i>Effective Tax rate</i>	$\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan Periode Berjalan}}{\text{Laba Keuangan Sebelum Pajak}}$ <p>Waluyo (2012:281)</p>	Rasio
<i>Tunneling Incentive</i> ( $X_2$ )	<p>“<i>Tunneling Incentive</i> adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri”.</p> <p>Sari &amp; Sugiharto (2014:1)</p>	<i>Transnational Corporation</i>	$\frac{\text{Jumlah Kepemilikan saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$ <p>Sari &amp; Sugiharto (2014:16)</p>	Rasio

<p><i>Exchange Rate</i> (X3)</p>	<p>“<i>Exchange Rate</i> adalah nilai tukar untuk memasukan nilai mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan kerugian selisih kurs yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan”.</p> <p>Chan &amp; Albert (2002)</p>	<p>Nilai Kurs</p>	$\frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ <p>Chan &amp; Albert (2002)</p>	<p>Rasio</p>
--------------------------------------	--	-------------------	---	--------------

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Dependen**  
**Variabel Dependen: *Transfer Pricing* (Y)**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<p><i>Transfer Pricing</i> (Y)</p>	<p>“<i>Transfer Pricing</i> adalah harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang/jasa atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang mempunyai hubungan istimewa, dalam kondisi yang didasarkan pada prinsip harga pasar wajar”.</p> <p>Chairil Anwar Pohan (2018:196)</p>	<p><i>Related Party Transaction</i></p>	$\frac{\text{Total Penjualan pihak yang berelasi}}{\text{Total Aset dimiliki perusahaan}}$ <p>Chairil Anwar Pohan (2018:239)</p>	<p>Rasio</p>

### 3.6 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel Penelitian

#### 3.6.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) menjelaskan populasi sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019. Jumlah populasi sebanyak 25 perusahaan dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut. Dapat dilihat pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
**Populasi Penelitian**

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
2	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk.
3	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul, Tbk.
4	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
5	CLEO	PT. Sariguna Primatirta, Tbk.
6	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk.

7	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia, Tbk.
8	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya, Tbk.
9	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada, Tbk.
10	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.
11	IIKP	PT. Inti Agri Resources, Tbk.
12	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
13	KEJU	PT. Mulia Boga Raya, Tbk.
14	MGNA	PT. Magna Investama Mandiri, Tbk.
15	MLBI	PT. Muti Bintang Indonesia, Tbk.
16	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk.
17	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Industri, Tbk.
18	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi, Tbk.
19	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga, Tbk.
20	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
21	SKBM	PT. Sekar Bumi, Tbk.
22	SKLT	PT. Sekar Laut, Tbk.
23	STTP	PT. Siantar Top, Tbk.
24	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung, Tbk.
25	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry Co. Tbk.

Sumber : [www.invesnesia.com](http://www.invesnesia.com)

### 3.6.2 Teknik Sampling

Sampling dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh.

Definisi Teknik Sampling menurut Sugiyono (2017:81) adalah:

“Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan”.

Teknik Sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Definisi *Probability Sampling* menurut Sugiyono (2017:82) adalah:

“*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Definisi *Nonprobability Sampling* menurut Sugiyono (2017:84) adalah:

“Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*.

Definisi *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2017:85) adalah:

“*Purposive Sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016 – 2019.
2. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mempublikasikan laporan keuangan pada tahun 2016 – 2019 di Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mengalami laba pada tahun 2016 – 2019 di Bursa Efek Indonesia.

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Pemilihan Sampel dengan *Purposive Sampling***  
**Keterangan**

	<b>Jumlah</b>
Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016 – 2019.	25
Dikurangi:	
1. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016 – 2019.	(7)
2. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak mempublikasikan laporan keuangan pada tahun 2016 – 2019 di Bursa Efek Indonesia.	(4)
3. Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang mengalami kerugian pada tahun 2016 – 2019 di Bursa Efek Indonesia.	(2)
Perusahaan yang terpilih sebagai Sampel	12

Sumber : Data yang diolah kembali

Berdasarkan tabel penelitian diatas, maka dapat dilihat bahwa jumlah perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menjadi sampel penelitian

berjumlah 12 Perusahaan. Sampel tersebut dipilih karena memenuhi seluruh kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini.

### 3.6.3 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, sampel yang terpilih adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 serta berturut – turut memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian.

Definisi Sampel menurut Sugiyono (2017:81) adalah:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Daftar yang menjadi Sampel Penelitian dalam Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.5**  
**Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk.
2	DLTA	PT. Delta Djakarta, Tbk.
3	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk.

4	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
5	MLBI	PT. Muti Bintang Indonesia, Tbk.
6	MYOR	PT. Mayora Indah, Tbk.
7	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
8	SKBM	PT. Sekar Bumi, Tbk.
9	SKLT	PT. Sekar Laut, Tbk.
10	STTP	PT. Siantar Top, Tbk.
11	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung, Tbk.
12	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry Co. Tbk.

Sumber: Diolah kembali oleh peneliti

Dalam hal ini, sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 12 Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016 – 2019.

### **3.7 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Sumber Data**

Definisi Sumber data menurut Sugiyono (2017:137) adalah:

“Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Bisa dilihat dari sumbernya, Menurut Sugiyono (2017:137) pengumpulan data dapat menggunakan Data Sekunder dan Data Primer.

### 1. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

### 2. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Dalam penelitian ini, sumber yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, dan laporan historis yang tersusun dalam Laporan Keuangan Tahunan yang diperoleh di situs internet [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada periode 2016 – 2019 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **3.7.2 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2017:224) teknik pengumpulan data adalah:

“Langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode dokumentasi. Penelitian pertama dimulai dengan melakukan studi kepustakaan yaitu dengan mempelajari, membaca, dan memahami buku-buku bacaan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti dan jurnal penelitian

terdahulu. Selanjutnya dilakukan pengkajian data yang diperlukan, yaitu memahami data yang diperlukan, cara memperoleh data, dan menganalisa dokumen-dokumen perusahaan berupa laporan keuangan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2019. Penelitian ini dilakukan juga dengan melakukan riset internet dimana pengumpulan data berasal dari situs – situs yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan supaya dapat mengumpulkan keseluruhan data yang dibutuhkan supaya dapat menjawab persoalan penelitian.

### **3.8 Rancangan Analisis Data, Analisis Korelasi dan Uji Hipotesis**

#### **3.8.1 Rancangan Analisis data**

Rancangan analisis data adalah berbagai analisa data penelitian supaya rumusan masalah penelitian dapat terpecahkan dan hipotesis penelitian dapat dibuktikan. Oleh karena itu, Rancangan analisis data adalah bagian yang sangat penting untuk mencapai tujuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:147) Analisis data adalah:

“Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Metode analisis data adalah suatu teknik atau prosedur yang dipakai untuk menjawab rumusan masalah yaitu dengan menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25 for Windows*.

### **3.8.1.1 Analisis Deskriptif**

Penelitian dengan pendekatan Deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) dan tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”.

Tahap – tahap yang dilakukan untuk menganalisis Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* adalah sebagai berikut:

#### **1. Beban Pajak**

- a. Menentukan Beban Pajak Penghasilan Periode Berjalan dan data ini diperoleh dari Laporan Laba Rugi.
- b. Menentukan Laba Keuangan Sebelum Pajak dan data ini diperoleh dari Laporan Laba Rugi.
- c. Menghitung ETR dengan cara membagi Beban Pajak Penghasilan Periode Berjalan dengan Laba Keuangan Sebelum Pajak.

- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan range (jarak interval).
- f. Berdasarkan teori tersebut, maka penulis kriteria penilaian Beban Pajak sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Penilaian Beban Pajak**

Interval	Kriteria
12.64% s/d 25.16%	Sangat Rendah
25.17% s/d 40.74%	Rendah
40.75% s/d 54.32%	Sedang
54.33% s/d 67.90%	Tinggi
67.91% s/d 81.48%	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah

## 2. *Tunneling Incentive*

- a. Menentukan Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar dan data ini diperoleh dari Laporan Posisi Keuangan.
- b. Menentukan Jumlah Saham Beredar dan data ini diperoleh dari Laporan Posisi Keuangan.
- c. Menghitung *Tunnelling Incentive* dengan menggunakan rumus TNC yaitu Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar dibagi Jumlah Saham Beredar.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.

- e. Menentukan nilai maksimum dan nilai minimum.
- f. Menentukan range (jarak interval).
- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk setiap variabel penelitian, menurut Buku Sari & Sugiharto (2014:18) adalah:

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penilaian *Tunneling Incentive***

<b>Kepemilikan Saham</b>	<b>Kesimpulan</b>
0.00% s/d 9.99%	Sangat Rendah
10.00% s/d 19.99%	Rendah
20.00% s/d 29.99%	Sedang
30.00% s/d 39.99%	Tinggi
>40%	Sangat Tinggi

### 3. *Exchange Rate*

- a. Menentukan Laba Selisih Kurs, data ini diperoleh dari laporan Laba Rugi.
- b. Menentukan Laba Sebelum Pajak, data ini diperoleh dari laporan Laba Rugi.
- c. Menentukan *Exchange Rate* dengan menggunakan rumus Kurs Tengah, yaitu kurs jual ditambah kurs beli dan dibagi dua.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan nilai minimum.
- f. Menentukan range (jarak interval).

- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk setiap variabel penelitian, adalah:

**Tabel 3.8**  
**Kriteria Penilaian *Exchange Rate***

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
-0.09 s/d 3.00%	Sangat Rendah
3.00% s/d 6.90%	Rendah
6.91% s/d 10.80%	Sedang
10.81% s/d 14.71%	Tinggi
14.72% s/d 18.62%	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah

#### **4. *Transfer Pricing***

- a. Menentukan Total Penjualan Transaksi Pihak Berelasi, data ini diperoleh dari laporan posisi keuangan.
- b. Menentukan Total Aset dimiliki Perusahaan, data ini diperoleh dari laporan posisi keuangan.
- c. Menentukan *Transfer Pricing* dengan menggunakan rumus *Related Party Transaction* yaitu dengan cara membagi Total Penjualan Transaksi Pihak Berelasi dibagi dengan Total Aset dimiliki Perusahaan.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan nilai minimum.
- f. Menentukan range (jarak interval).

- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk setiap variabel penelitian, menurut Pohan (2018:210) adalah:

**Tabel 3.9**  
**Kriteria Penilaian *Transfer Pricing***

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
0.00% s/d 12.50%	Sangat Rendah
12.51% s/d 25.00%	Rendah
25.01% s/d 37.50%	Sedang
37.51% s/d 50.00%	Tinggi
>50.00%	Sangat Tinggi

### 3.8.1.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*.

Pengertian penelitian analisis verifikatif yang diutarakan juga oleh Sugiyono (2017:37), yaitu:

“Metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

### 3.8.1.3 Analisis Asumsi Klasik

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear, maka untuk menentukan ketetapan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang mendasari model regresi. Pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian asumsi klasik secara ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

### 1) Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:144) pengertian Uji Normalitas adalah:

“Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal”.

Menurut Ghozali (2016:154) Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Uji  $t$  dan Uji  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga harus dilakukan pengujian secara statistik. Uji Normalitas bisa dilakukan dengan melihat besaran *Kolmogorov smirnov*.

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari angka profitabilitas, adalah:

- a. Jika profitabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika profitabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan salah satu dari model regresi linier yang diharapkan tidak terjadi korelasi yang signifikan antara variabel bebasnya. Karena model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Menurut Duwi Priyatno (2012:151) pengertian Uji Multikolinieritas adalah:

“Uji Multikolinieritas merupakan keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas”.

Menurut Ghozali (2016:103) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi adanya korelasi antar variabel bebas. Diharapkan pada pengujian ini asumsi Multikolinieritas tidak terjadi. Semakin besar korelasi antara sesama variabel bebas, maka koefisien – koefisien regresi semakin besar kesalahannya dan standar *error* semakin besar pula.

Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* atau *Tolerance*. Pengujian Multikolinieritas dapat dilakukan menurut Gujarati (2012:432), adalah:

- a.  $VIF < 10$  atau  $Tolerance > 0,10$  maka terjadi tidak Multikolinieritas.
- b.  $VIF > 10$  atau  $Tolerance < 0,10$  maka terjadi Multikolinieritas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:158) pengertian Uji Heteroskedastisitas adalah:

“Keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas”.

Menurut Ghozali (2016:134) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain.

### 4) Uji Autokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2012:172) pengertian Uji Autokorelasi adalah:

“Keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode tertentu  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ), model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah

Autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin – Watson (DW-Test)”.

Menurut Ghozali (2016:107) Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

Menurut Danang Sunyoto (2013:98) pengukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah Autokorelasi dengan uji *Durbin – Watson (DW-Test)* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a.  $DW$  di bawah -2 atau  $DW < -2$  maka terjadi Autokorelasi positif.
- b.  $DW$  berada diantara -2 dan +2 atau  $-2 < DW < +2$  maka terjadi tidak Autokorelasi.
- c.  $DW$  di atas 2 atau  $DW > 2$  maka terjadi Autokorelasi negatif.

#### **3.8.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Regresi Linier Berganda. Tujuan dari analisis regresi ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Danang Sunyoto (2013:47)).

Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa:

“Analisis Regresi Linier Berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat, bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi

Analisis Regresi Linier Berganda akan dilakukan bila jumlah variabel bebas minimal dua”.

Menurut Sugiyono (2017:192) bahwa Analisis Regresi Linier Berganda

dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

$Y$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

$a$  = Konstanta, nilai  $Y$  bila  $X = 0$  (harga konstan).

$b$  = Koefisien Regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

$X$  = Subjek variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### 3.8.2 Analisis Korelasi

Menurut Jonathan Sarwono (2006) mengemukakan bahwa Analisis Korelasi merupakan analisis yang digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Analisis Korelasi merupakan suatu metode untuk mengetahui ada atau tidak hubungan linear antar variabel. Jika ada hubungan maka akan terjadinya perubahan pada salah satu variabel  $X$  yang akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel  $Y$ .

Penelitian ini menggunakan skala rasio sehingga untuk mengetahui terdapat hubungan yang positif dan negatif dari masing – masing variabel, maka menggunakan teknik Korelasi *Pearson Product Moment*.

Penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan rumusan Korelasi *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono (2017:183) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi *pearson*

$x_i$  : variabel independen

$y_i$  : variabel dependen

$n$  : Banyak Sampel

Pada dasarnya, nilai dapat bervariasi dari -1 sampai dengan +1 atau secara sistematis dapat ditulis  $-1 < r < +1$ .

- a. Bila  $r = 0$  atau mendekati nol, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali sehingga tidak mungkin terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Bila  $0 < r < 1$ , maka korelasi antara kedua variabel dapat dikatakan positif atau bersifat searah, dengan kata lain kenaikan atau penurunan

nilai-nilai variabel independen terjadi bersama–sama dengan kenaikan atau penurunan nilai – nilai variabel dependen.

- c. Bila  $-1 < r < 0$ , maka korelasi antara kedua variabel dapat dikatakan negatif atau bersifat berkebalikan, dengan kata lain kenaikan nilai-nilai variabel independen terjadi bersama–sama dengan penurunan nilai – nilai variabel dependen atau sebaliknya.

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, maka dapat digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:184) sebagai berikut:

**Tabel 3.10**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,1999	Sangat Rendah
0,20 – 0,3999	Rendah
0,40 – 0,5999	Sedang
0,60 – 0,7999	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

### 3.8.3 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan apakah menerima atau menolak hipotesis. Dalam pengujian Hipotesis ini, peneliti menetapkan uji signifikan yaitu dengan penetapan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

Menurut Sugiyono (2017:63) menyatakan bahwa yang dimaksud hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik”.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi dari empat variabel, yaitu Beban pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* menggunakan perhitungan statistik secara parsial (uji  $t$ ) maupun secara simultan (uji  $F$ ).

### **3.8.3.1 Pengujian Secara Parsial (Uji $t$ )**

Pengujian secara Parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2014:83) mengemukakan, sebagai berikut:

“Teknik uji korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel

berbentuk interval atau rasio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah semua”.

Penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan rumusan menurut Sugiyono (2017:184) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

$t$  = Nilai Uji  $t$

$r$  = Koefisien Korelasi

$r^2$  = Koefisien Determinasi

$n$  = Jumlah Data

Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol ( $H_0$ ) yang digunakan dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5% adalah sebagai berikut:

- $H_0$  diterima jika angka signifikan  $\geq 0,05$  atau 5%.
- $H_0$  ditolak jika angka signifikan  $\leq 0,05$  atau 5%.

Bila  $H_0$  diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen dinilai. Sedangkan penolakan  $H_0$  menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terdapat pengaruh terhadap variabel dependen. Supaya memudahkan peneliti untuk melakukan pengolahan data, maka dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Software IBM SPSS Statisticsts 25 for windows*.

Untuk mengetahui penelitian ini secara parsial diterima atau ditolak, maka hipotesis secara parsial adalah:

$H_{a1} : (\beta_1 \neq 0)$  : Beban Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{o1} : (\beta_1 = 0)$  : Beban Pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{a2} : (\beta_2 \neq 0)$  : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{o2} : (\beta_2 = 0)$  : *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{a3} : (\beta_3 \neq 0)$  : *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{o3} : (\beta_3 = 0)$  : *Exchange Rate* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

### 3.8.3.2 Pengujian Secara Simultan (Uji *F*)

Pengujian secara Simultan digunakan untuk mengetahui semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan dalam pengujian secara simultan adalah Uji *F*.

Untuk melihat koefisien korelasi dapat digeneralisasikan atau tidak maka harus diuji signifikansinya dengan menggunakan rumusan menurut Sugiyono (2017:192) sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

$F_h$  = Nilai Uji  $F$

$R$  = Koefisien korelasi ganda

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota sampel

Setelah mendapatkan nilai  $F$  hitung ini, kemudian dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel, adapun kriteria yang digunakan dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5% adalah sebagai berikut:

- $H_0$  diterima jika angka signifikan  $\geq 0,05$  atau 5%.
- $H_0$  ditolak jika angka signifikan  $\leq 0,05$  atau 5%.

Bila  $H_0$  diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen dinilai. Sedangkan penolakan  $H_0$  menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui penelitian ini secara simultan diterima atau ditolak, maka hipotesis secara simultan adalah:

- $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  : Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.
- $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  : Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

### 3.8.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Menurut Sugiyono (2017:200) koefisien determinasi sebagai berikut:

“Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari ( $R^2$ ). Koefisien ini disebut sebagai koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen”.

Untuk melihat persentase Pengaruh Beban pajak ( $X_1$ ), *Tunneling Incentive* ( $X_2$ ), dan *Exchange Rate* ( $X_3$ ) dan *Transfer Pricing* ( $Y$ ) maka Koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

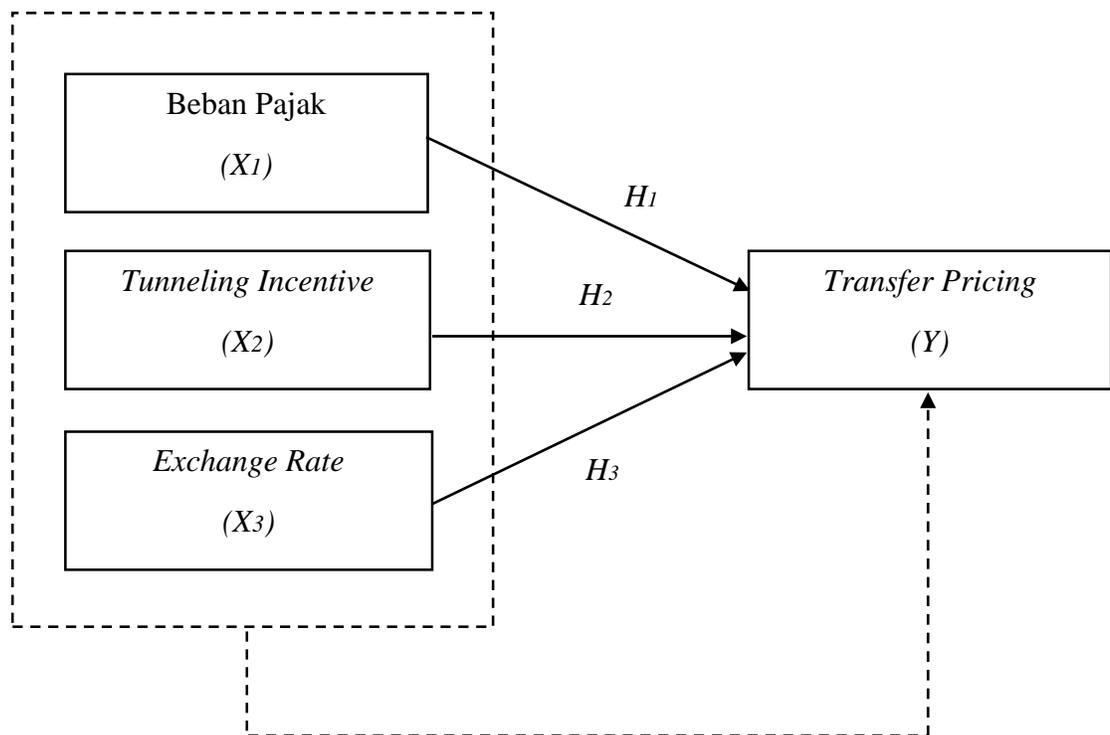
Keterangan:

$Kd$  = Koefisien Determinasi

$R$  = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

### 3.9 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan abstraksi dari fenomena – fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan yaitu Pengaruh Beban pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*. Maka model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Model Penelitian**

**Keterangan:**

- **Pengaruh Secara Parsial**
- - - - ->        **Pengaruh Secara Simultan**