

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian, cara, atau teknik merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dengan tujuan agar dapat memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis penelitiannya. Maka dari itu diperlukan sebuah metode yang relevan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 2) definisi metode penelitian adalah:

”Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis”.

Dengan menggunakan metode penelitian, penulis dapat mengumpulkan data dan menga,ati secara seksama mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan memperoleh data yang menunjang dalam penyusunan lapora penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 8) metode penelitian kuantitatif diartikan 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 instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2017:35) penelitian deskriptif adalah sebagai berikut :

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang

berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”.

Sugiyono (2017, hal. 37) mengartikan penelitian verifikatif adalah sebagai berikut :

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

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel beban pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, dan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor Makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Sedangkan, metode verifikatif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu hal yang menjadi perhatian di dalam sebuah penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapat jawaban atau solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2017, hal. 38) objek penelitian adalah:

“...suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini objek yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang diteliti adalah beban pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, dan *transfer pricing*.

3.3 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020. Peneliti melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasi dalam situs www.idx.co.id.

3.4 Unit Observasi

Dalam penelitian ini unit observasinya adalah laporan keuangan tahunan yaitu periode 2016-2020 yang terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi komprehensif dan laporan arus kas. Data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan meliputi total aset, total liabilitas dan total ekuitas, data yang diperoleh dari laporan laba rugi komprehensif meliputi laba sebelum pajak dan laba bersih, sedangkan data yang diperoleh dari laporan arus kas yaitu pembayaran pajak.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.5.1 Definisi Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017, hal. 38) adalah sebagai berikut :

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh Beban Pajak (*X1*), *Tunneling Incentive* (*X2*), dan Profitabilitas (*X3*) terhadap *Transfer Pricing* (*Y*), maka pengelompokan variabel-variabel yang mencakup dalam judul tersebut terbagi menjadi dua variabel, yaitu :

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut Sugiyono (2017, hal. 39) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

adalah:

“Variabel bebas (independent variabel) sering disebut variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen/terikat.”

Dalam peneliitian ini terdapat 3 (tiga) variabel bebas (*X*), yaitu Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Profitabilitas.

a. Beban Pajak

Menurut Waluyo (2012, hal. 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 penulis untuk mengukur variabel ini adalah Waluyo (2012, hal. 281) adalah:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

b. *Tunneling Incentive*

Definisi *Tunneling Incentive* dikemukakan oleh Sari & Sugiharto (2014, hal. 1), yaitu:

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

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

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

c. Profitabilitas

Profitabilitas menurut Agus Sartono (2014, hal. 122) adalah sebagai berikut :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator Sartono (2014, hal. 123), yaitu :

$$Return\ On\ Assset = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Peneliti menggunakan ROA sebagai indikator karena ROA merupakan imbal hasil atau tingkat pengembalian laba atas total asset yang tertera di dalam neraca perusahaan. ROA juga merupakan ukuran kinerja manajemen tingkat atas, karena melihat bagaimana manajemen dapat memanfaatkan aset ini menjadi laba perusahaan.

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen sering disebut sebagai sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017, hal. 39), Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah:

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

Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yang digunakan, yaitu *Transfer Pricing*. Definisi *Transfer Pricing* yang dikemukakan oleh Chairil Anwar Pohan (2018, hal. 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 *Related Party Transaction* indikator menurut Chairil Anwar Pohan (2018, hal. 239), yaitu :

$$\text{RPT} = \frac{\text{Total Penjualan Transaksi Pihak berelasi}}{\text{Total Aset}}$$

3.5.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010, hal. 31) definisi operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut:

“Penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur”.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar. Sesuai dengan judul yang dipilih, maka dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu: Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, *Profitabilitas* dan *Transfer Pricing*, maka dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu :

1. Beban Pajak (X_1) sebagai variabel independen.
2. *Tunneling Incentive* (X_2) sebagai variabel independen.
3. Profitabilitas (X_3) sebagai variabel independen.
4. *Transfer pricing* (Y) sebagai variabel dependen.

Maka operasionalisasi atas variabel bebas dan variabel terikat dapat dijabarkan dalam tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variable	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Beban Pajak (X_1)	“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	<i>Effective Tax Rate</i>	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ <p>Waluyo (2012:281)</p>	Rasio

	beban penghasilan”.			
	Waluyo (2012:272)			
<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 & Sugiharto (2014:1)</p>	<i>Transnational Corporation</i>	$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$ <p>Sari & Sugiharto (2014:16)</p>	Rasio
<i>Profitabilitas</i> (X ₃)	<p>“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”.</p> <p>Agus Sartono (2014:122)</p>	<i>Return on Assset</i>	$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$ <p>Agus Sartono (2014:123)</p>	Rasio
<i>Transfer Pricing</i> (Y)	<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</p>	<i>Related Party Transaction</i>	$RPT = \frac{\text{Total Penjualan Transaksi Pihak berelasi}}{\text{Total Aset}}$	Rasio

	<p>didasarkan pada prinsip harga pasar wajar”.</p> <p>Chairil Anwar Pohan (2018:196)</p>		<p>Chairil Anwar Pohan (2018:239)</p>	
--	--	--	---------------------------------------	--

3.6 Populasi Penelitian, Teknik Sampling, dan Sampel Penelitian

3.6.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017, hal. 80) definisi populasi adalah sebagai berikut

:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

Tabel 3.2
Populasi Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Tbk.
3.	ALTO	Tri Bayan Tirta Tbk.
4.	BTEK	BumI Teknokultura Unggul Tbk.
5.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
6.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
7.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
8.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
9.	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
10.	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.

11.	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.
12.	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
13.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
14.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
15.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.
16.	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.
17.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
18.	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
19.	MGNA	Magna Investama mandiri Tbk.
20.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
21.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
22.	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.
23.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
24.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk.
25.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
26.	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
27.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
28.	STTP	Siantar Top Tbk.
29.	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
30.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading CompaNY Tbk.

Sumber : <https://www.invesnesia.com/>

3.6.2 Teknik Sampling

Sampling dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh yaitu mencakup seluruh obyek penelitian (populasi) tetapi hanya sebagian dari populasi saja.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 81) mengemukakan teknik sampling adalah sebagai berikut:

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

Menurut Sugiyono (2017, hal. 81) menjelaskan bahwa teknik sampling terdapat 2 (dua) macam, yaitu:

1. *Probability sampling*
Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
2. *Non-probability sampling*
Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan penelitian *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 85), definisi *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

“*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua 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 *representative*. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Mempublikasikan Laporan Keuangan Secara 5 Tahun Berturut-turut Pada Periode Tahun 2016-2020.
2. Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Tidak Mengalami Kerugian Pada Tahun 2016-2020.

Tabel 3.3
Hasil Purposive Sampling

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020	30
2.	Dikurangi : Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Tidak Mempublikasikan Laporan Keuangan Secara 5 Tahun Berturut-turut Pada Periode Tahun 2016-2020.	(2)
3.	Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Mengalami Kerugian Pada Tahun 2016-2020.	(9)
Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan minuman yang Terpilih Menjadi Sampel		19
Total Unit Pengamatan (19 × 5 Tahun)		95

Sumber : Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel penelitian diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman sebanyak 19 (delapan belas) perusahaan dengan periode pengamatan 5 tahun, maka di dapat total unit pengamatan sebanyak 95 unit. Sampel yang dipilih sudah memenuhi seluruh kriteria didalam penelitian.

3.6.3 Sampel Penelitian

Sampel yang terpilih dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 yang telah memenuhi kriteria tertentu yang mendukung penelitian.

Menurut Sugiyono (2016, hal. 81) Sampel adalah sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili).”

Artinya sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu dengan pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Tabel 3.4
Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
6.	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
7.	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.
8.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
9.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
10.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
11.	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
12.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
13.	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
14.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
15.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
17.	STTP	Siantar Top Tbk.
18.	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
19.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Sumber : Diolah kembali oleh peneliti

3.7 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Sumber Data

Sugiyono (2017, hal. 137) menjelaskan definisi sumber data yaitu sebagai berikut :

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

Sugiyono (2017, hal. 137) juga menjelaskan bahwa 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.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data sekunder yang diperoleh yaitu dari laporan keuangan tahunan umumnya berupa bukti, catatan, dan laporan historis yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Data tersebut diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas dari hasil penelitian tentunya dipengaruhi oleh teknik pengumpulan data, agar hasil penelitian relevan, dapat dipercaya, dan dapat

dipertanggung jawabkan. Sugiyono (2017, hal. 224) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data adalah :

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

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pertama dengan melakukan studi kepustakaan (*library research*) yaitu mempelajari, meneliti, dan menelaah literatur-literatur buku yang berkaitan dengan variabel yang diteliti dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan, yang kedua dengan studi dokumentasi yaitu mengumpulkan, memahami, dan menganalisa dokumen-dokumen perusahaan berupa laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. Selain itu, juga digunakan pengkajian atas data yang diperlukan, penulis menganalisa dan memahami data-data dan dokumen perusahaan yang diperoleh dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.

3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data adalah penyederhanaan data berbagai analisa dan penelitian kedalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan, supaya rumusan masalah penelitian dapat terpecahkan dan hipotesis penelitian dapat dibuktikan.

Maka analisis data merupakan bagian dari langkah terpenting untuk mencapai tujuan penelitian.

Analisis data menurut Sugiyono (2017, hal. 147) 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”.

Analisis data adalah suatu teknik atau prosedur yang dipakai untuk menjawab rumusan masalah yaitu dengan menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistika adalah serangkaian metode yang dipakai untuk mengumpulkan, menganalisa menyajikan, dan memberi makna data. Dalam penelitian ini 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 analisis deskriptif menurut Sugiyono (2017, hal. 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 Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing* adalah sebagai berikut :

1. Beban Pajak

- a. Menentukan beban pajak penghasilan dengan data yang diperoleh dari laporan laba rugi perusahaan.
- b. Menentukan laba sebelum pajak dengan data yang diperoleh dari laporan laba rugi perusahaan.
- c. Menghitung beban pajak menggunakan rumus ETR dengan cara membagi beban pajak penghasilan dan laba sebelum pajak.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat buruk, buruk, sedang, baik, sangat baik.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan *range* (jarak interval).
- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk variable penelitian beban pajak sebagai berikut:

Tabel 3.5

Kriteria Penilaian Beban Pajak

Interval	Kriteria
4,61% – 19,97%	Sangat Baik
19,98% – 35,34%	Baik
35,35% – 50,71%	Sedang
50,72% – 66,08 %	Buruk
$\geq 66,09\%$	Sangat Buruk

Sumber : Diolah oleh penulis

2. *Tunneling Incentive*

- a. Menentukan jumlah kepemilikan saham terbesar dengan data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan.
- b. Menentukan total saham beredar dengan data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan.

- c. Menghitung *tunneling incentive* menggunakan rumus TNC dengan cara membagi jumlah kepemilikan saham terbesar dan total saham beredar
- b. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat baik, baik, sedang, buruk, sangat buruk.
- c. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- d. Menentukan *range* (jarak interval).
- e. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk variable penelitian *Tunneling Incentive* sebagai berikut:

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian *Tunneling Incentive*

Interval	Kriteria
17,68% - 33,19%	Sangat Baik
33,20% - 48,70%	Baik
48,71% - 64,21%	Sedang
64,22% - 79,72%	Buruk
$\geq 79,73\%$	Sangat Buruk

Sumber : Diolah oleh penulis

3. Profitabilitas

- a. Menentukan laba setelah pajak dengan data yang diperoleh dari laporan laba rugi perusahaan.
- b. Menentukan total aktiva dengan data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan perusahaan.
- c. Menghitung profitabilitas menggunakan rumus ROA dengan cara membagi laba sebelum pajak dan total aktiva.

- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat buruk, buruk, sedang, baik, sangat baik.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan *range* (jarak interval).
- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk variable penelitian profitabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.7

Kriteria Penilaian Profitabilitas

Interval	Kriteria
0,05% - 10,58%	Sangat Buruk
10,58% - 21,09%	Buruk
21,10% - 31,61%	Sedang
31,62% - 42,14%	Baik
$\geq 42,15\%$	Sangat Baik

Sumber : Diolah oleh penulis

4. *Transfer Pricing*

- a. Menentukan total piutang pihak berelasi dengan data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan perusahaan.
- b. Menentukan total aset dengan data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan perusahaan.
- c. Menghitung *transfer pricing* menggunakan rumus RPT dengan cara membagi piutang pihak berelasi dan total aset.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat buruk, buruk, sedang, baik, sangat baik.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- f. Menentukan *range* (jarak interval).

- g. Membuat data tabel frekuensi nilai perusahaan untuk variable penelitian *transfer pricing* sebagai berikut :

Tabel 3.8
Kriteria Penilaian *Transfer Pricing*

Interval	Kriteria
0,00% - 62,09%	Sangat Baik
62,10% - 124,18%	Baik
124,19% - 186,28%	Sedang
186,29% - 248,37%	Buruk
$\geq 248,38\%$	Sangat Buruk

Sumber : Diolah oleh penulis

3.8.1.2 Analisis Verifikatif

Analisis data verifikatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis, dengan menganalisis seberapa besar pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 37), pengertian dari analisis verifikatif adalah sebagai berikut :

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

3.8.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

Metode analisis asumsi klasi digunakan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya sehingga menghindadri terjadinya estimasi bias. Data yang digunakan dalam panelitian ini adalah data sekunder, dengan penelitian menggunakan analisis regresi linear, sehingga diperlukan adanya pengujian atas asumsi klasik yang mendasari model regresi. Pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian asumsi klasik secara ini meliputi Uji Asumsi Normalitas, Uji Asumsi Multikolinearitas, Uji Asumsi Heteroskedastisitas, dan Uji Asumsi Autokorelasi.

1. Uji Asumsi Normalitas

Menurut Ghozali (2016, hal. 154) menjelaskan bahwa 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. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam regresi linear, asumsi ini ditunjukkan dengan nilai *error* yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji Normalitas bisa dilakukan dengan melihat besaran *Kolmogorov smirnov*.

Menurut Duwi Priyatno (2012, hal. 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”.

Singgih Santoso (2012, hal. 393) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya, yaitu:

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

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016, hal. 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.

Dalam 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.

Danang Sunyoto (2016:87) menjelaskan uji multikolinearitas sebagai berikut :

“Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ($X_1, 2, 3, \dots, n$) dimana akan di ukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r)”.

Menurut Duwi Priyatno (2012, hal. 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 Imam (2016, hal. 106) variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya diukur oleh nilai *cut off* multikolinieritas sebesar $VIF \geq 10$ dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolinieritas.
- b. Jika $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Menurut Danang Sunyoto (2013:90) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

"Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas".

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

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Duwi Priyatno (2012, hal. 172) menjelaskan bahwa uji autokorelasi adalah sebagai berikut :

“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)”.

Tujuan dari uji autokorelasi menurut Menurut Ghozali (2016, hal. 107) adalah untuk untuk menguji apakah dalam model regresi adanya korelasi antara

kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Danang Sunyoto (2016:98) menyebutkan bahwa salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas $+2$ atau $DW > +2$.

3.8.1.2.2 Analisis Korelasi

Menurut Danang Sunyoto (2013:57) menjelaskan analisis korelasi sebagai berikut:

“Tujuan uji kolerasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat ataukah tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif tau negatif“.

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 .

Danang Sunyoto (2013 :57) menyatakan bahwa :

"Tujuan uji kolerasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat ataukah tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif tau negatif".

Penelitian ini menggunakan skala rasio, maka untuk mengetahui hubungsn positif atau negatif pada masing-msing variabel digunakan 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.

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.

Sugiyono (2014:184) menjelaskan bahwa untuk melihat hubungan atau korelasi dapat dilihat pedoman sebagai berikut :

Tabel 3.9
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

3.8.1.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi merupakan suatu analisa yang menjelaskan tentang akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji regresi linear sederhana.

Regresi regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2014) adalah :

“regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”

Model regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing indikator variabel independen Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Profitabilitas* dengan variabel dependennya Adalah *Transfer Pricing*.

Secara umum persamaan regresi tersebut menurut Sugiyono (2015) adalah :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

α = Konstanta, besar nilai Y jika X=0

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Nilai variabel Independen

3.8.1.2.4 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 (X1), Tunneling Incentive (X2), dan Exchange Rate (X3) 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

3.8.2 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah asumsi atau jawaban sementara mengenai suatu hal. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

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).

Pengujian secara parsial x 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:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (Sig < 0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 (Sig < 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

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 diterima atau ditolak, maka hipotesis secara parsial adalah:

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

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

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

$H_{02} : (\beta_2 = 0) : \textit{Tunneling Incentive}$ tidak berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

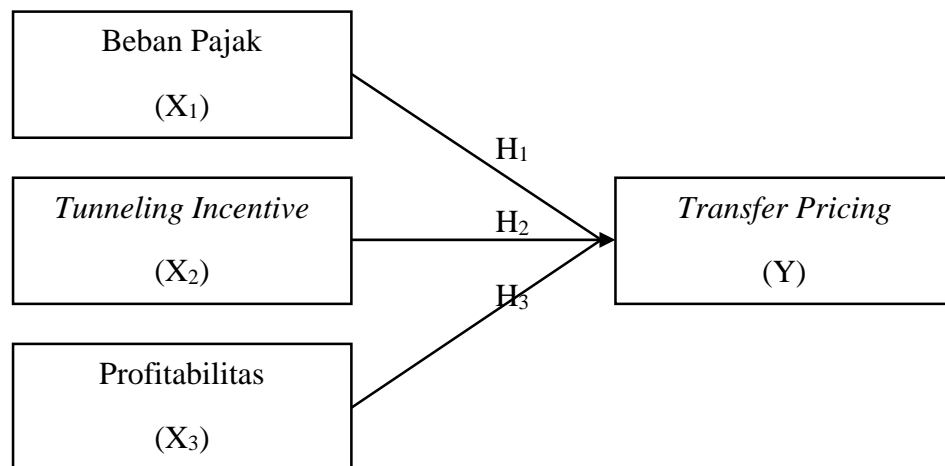
$H_{a3} : (\beta_3 \neq 0) : \textit{Profitabilitas}$ berpengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*.

$H_{03} : (\beta_3 = 0) : \textit{Profitabilitas}$ tidak berpengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*.

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 *Profitabilitas* Terhadap *Transfer Pricing*. Maka model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:

Gambar 3.1
Model Penelitian



Keterangan :

—————> Pengaruh Secara Parsial