

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian pada intinya bertujuan untuk memperlihatkan kebenaran dan solusi terhadap isu yang diteliti. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan observasi menggunakan metode yang sesuai dan relevan.

Menurut Sugiyono (2022:1) definisi metode penelitian adalah :

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

Dengan menggunakan metode penelitian, penulis bertujuan untuk mengumpulkan data dan melakukan pengamatan yang cermat terkait dengan aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yang nantinya akan mendukung penyusunan laporan penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan analisis asosiatif.

Metode penelitian kuantitatif Menurut Sugiyono (2022:15) dapat diartikan sebagai:

“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 atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian dengan metode kuantitatif ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengaruh *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

Menurut Sugiyono (2022:147) menjelaskan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif yaitu sebagai berikut:

“metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan”.

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan tentang variabel *tunneling incentive*, profitabilitas dan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:57) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut:

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

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *tunneling incentive*, profitabilitas dan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

3.3 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

Peneliti melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasi dalam situs www.idx.co.id dan situs resmi perusahaan lainnya.

Data-data yang diperoleh dari laporan keuangan:

1. Data yang diperoleh dari laporan posisi keuangan meliputi, total aset, piutang usaha pihak berelasi, dan total piutang usaha.
2. Data yang diperoleh dari laporan laba rugi meliputi net income before tax, dan laba bersih setelah pajak.
3. Data yang diperoleh dari laporan arus kas meliputi arus kas dari aktivitas operasi yaitu cash tax paid.
4. Data yang diperoleh dari catatan atas laporan keuangan meliputi kepemilikan saham terbesar dan jumlah saham yang beredar.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

3.4.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:38).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel bebas (*Independent Variable*) dan satu variabel terikat (*Dependent Variable*).

Berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Tunneling Incentive* dan Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*”. Maka definisi dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

3.4.1.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2022:39), variabel independen adalah:

“variabel independen adalah variabel yang sering juga disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia variabel independen disebut juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen)”.

Dalam penelitian ini terdapat tiga (2) variabel independen (bebas) yang diteliti, yaitu:

A. Tunneling Incentive

Dalam penelitian ini Menurut Istiqomah (2020) definisi *tunneling incentive* yaitu:

“tindakan memindahkan harta atau aset dan keuntungan perusahaan oleh manajemen atau pemegang saham mayoritas dan membebankan biaya kepada pemegang saham minoritas”.

Adapun Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini menurut Istiqomah (2020), yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

TNC = *Transaction Corporation*

B. Profitabilitas

Menurut R. Agus Sartono (2014:122) Profitabilitas adalah:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan

memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini”.

Terdapat berbagai jenis pengukuran profitabilitas yang tersedia. Dalam penelitian ini, dipilih metode pengukuran *Return on Assets* (ROA) karena relevansinya dengan analisis kinerja keuangan perusahaan. ROA adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari total aset yang digunakan. Semakin tinggi nilai rasio ini, semakin efektif penggunaan aset dalam menghasilkan laba.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini dengan menggunakan indikator R. Agus Sartono (2014:113):

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan:

ROA = *Return On Assets*

3.4.1.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022:39).

Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) yang digunakan penulis adalah keputusan *transfer pricing* yang dijelaskan 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 Menurut Chairil Anwar Pohan (2018:239) yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah Related Party Transaction yaitu sebagai berikut:

$$\text{RPT} = \frac{\text{Total Penjualan Transaksi Berelasi}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan:

RPT = *Related Party Transaction*

3.4.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel sangat penting dalam penelitian karena membahas variabel yang diteliti, indikator, konsep, dan skala pengukuran dari setiap variabel, sehingga memungkinkan pengujian hipotesis dilakukan dengan benar dan menghindari perbedaan persepsi. Sesuai dengan judul penelitian, terdapat empat variabel, yaitu *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, dan *Transfer Pricing*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, terdapat empat variabel, yaitu:

1. *Tunneling Incentive* (X1)
2. Profitabilitas (X2)
3. *Transfer Pricing* (Y)

Maka operasionalisasi atas variabel independen (bebas) dan Variabel dependen (terikat) dapat dilihat dalam tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Skala |
|---------------------------------|--|---|--------------|
| <i>Tunneling Incentive</i> (X1) | <p>” <i>tunneling incentive</i> merupakan tindakan memindahkan harta atau aset dan keuntungan perusahaan oleh manajemen atau pemegang saham mayoritas dan membebankan biaya kepada pemegang saham minoritas”.</p> <p>Istiqomah (2020)</p> | $\text{TNC} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$ <p>Keterangan: TNC = <i>Transaction Corporation</i></p> <p>Istiqomah (2020)</p> <p>Menurut Mutamimah, (2008) dalam yuniasih dkk., (2012), tunneling incentive diprosikan sengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham. Hal ini sesuai dengan PSAK Nomor 15 Paragraf 37 point (c) yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih. Kriteria struktur kepemilikan terkonsentrasi didasarkan UU Pasar Modal No.IX.H.1, yang menjelaskan pemegang saham pengendali adalah pihak yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih.</p> | Nominal |
| Profitabilitas (X2) | <p>“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini”.</p> <p>R. Agus Sartono</p> | $\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Keterangan: ROA = <i>Return On Assets</i></p> <p>R. Agus Sartono (2014:122)</p> <p>Menurut Kasmir (2017:201) dalam Chrismesi Pagiu (2021), semakin tinggi rasio Return on Assets (ROA) menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan. Maka perusahaan harus berusaha agar ROA di atas standar industri yaitu 30%.</p> | Rasio |

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Skala |
|-----------------------------|---|--|---------|
| | (2014:122) | | |
| <i>Transfer Pricing (Y)</i> | <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> | $\text{RPT} = \frac{\text{Total Penjualan Transaksi Berelasi}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Keterangan: RPT = <i>Related Party Transaction</i></p> <p>Chairil Anwar Pohan (2018:196)</p> <p>Alasan penggunaan proksi menggunakan <i>Related Party Transaction (RPT)</i> karena <i>transfer pricing</i> sering dilakukan melalui transaksi penjualan kepada pihak berelasi atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan piutang pihak berelasi akan timbul karena adanya penjualan kredit kepada pihak berelasi</p> <p>Ariputri (2020:35)</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPT > 0%, diduga melakukan <i>transfer pricing</i> <p>RPT = 0%, diduga tidak melakukan <i>transfer pricing</i>.</p> | Nominal |

Sumber: Data yang diolah penulis dari beberapa sumber

3.5 Populasi Penelitian, Teknik Sampling, dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:80) definisi populasi adalah:

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

Berdasarkan definisi di atas, populasi dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 84 perusahaan.

Tabel 3.2.

**Daftar Populasi Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Non-Cyclicals*
Subsektor *Food And Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2018-2022**

| No | Kode Saham | Nama Perusahaan |
|----|------------|---|
| 1 | AALI | Astra Agro Lestari Tbk |
| 2 | ADES | Akasha Wira Internasional Tbk |
| 3 | AGAR | Asia Sejahtera Mina Tbk |
| 4 | AISA | FKS <i>Food</i> Sejahtera Tbk |
| 5 | ALTO | Tri Banyan Tirta Tbk |
| 6 | AMMS | Agung Menjangan Mas Tbk |
| 7 | ANDI | Andira Agro Tbk |
| 8 | ANJT | Austindo Nusantara Jaya Tbk |
| 9 | ASHA | Cilacap Samudera <i>Fishing Industry</i> Tbk |
| 10 | BEEF | Estika Tata Tiara Tbk |
| 11 | BISI | Bisi Internasional Tbk |
| 12 | BOBA | <i>Formosa Ingredient Factory</i> Tbk |
| 13 | BTEK | Bumi Teknokultura Unggul Tbk |
| 14 | BUDI | Budi <i>Starch and Sweetener</i> Tbk |
| 15 | BWPT | <i>Eagle High Plantations</i> Tbk |
| 16 | CAMP | <i>Campina Ice Cream Industry</i> Tbk |
| 17 | CBUT | Citra Borneo Utama Tbk |
| 18 | CEKA | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk |
| 19 | CLEO | Sariguna Primatirta Tbk |
| 20 | CMRY | Cisarua <i>Mountain Dairy</i> Tbk |
| 21 | COCO | Wahana <i>Interfood Nusantara</i> Tbk |
| 22 | CPIN | <i>Charoen Pokphand</i> Indonesia Tbk |
| 23 | CPRO | <i>Central Protein Prima</i> Tbk |
| 24 | CRAB | Toba <i>Surimi Industries</i> Tbk |
| 25 | CSRA | Cisandane Sawit Raya Tbk |
| 26 | DEWI | Dewi Shri Farmindo Tbk |
| 27 | DLTA | Delta Djakarta Tbk |
| 28 | DPUM | Dua Putra Utama Makmur Tbk |
| 29 | DSFI | Dharma Samudera <i>Fishing Industries</i> Tbk |
| 30 | DSNG | Dharma Satya Nusantara Tbk |

| No | Kode Saham | Nama Perusahaan |
|----|------------|---|
| 31 | ENZO | Morenzo Abadi Perkasa Tbk |
| 32 | FAPA | FAP Agri Tbk |
| 33 | FISH | FKS Multi Agro Tbk |
| 34 | FOOD | Sentra <i>Food</i> Indonesia Tbk |
| 35 | GOLL | <i>Golden Plantation</i> Tbk |
| 36 | GOOD | Garudafood Putra Putri Jaya Tbk |
| 27 | GULA | Aman Agrindo Tbk |
| 38 | GZCO | <i>Gozco Plantatins</i> Tbk |
| 39 | HOKI | Buyung Poetra Sembada Tbk |
| 40 | IBOS | Indo Boga Sukses Tbk |
| 41 | ICBP | <i>Indofood</i> CBP Sukses Makmur Tbk |
| 42 | IKAN | Era Mandiri Cemerlang Tbk |
| 43 | INDF | <i>Indofood</i> Sukses Makmur Tbk |
| 44 | IPPE | Indo Pureco Pratama Tbk |
| 45 | JARR | Jhonlin Agro Raya Tbk |
| 46 | JAWA | Jaya Agra Wattie Tbk |
| 47 | JPFA | Japfa <i>Comfeed</i> Indonesia Tbk |
| 48 | KEJU | Mulia Boga Raya Tbk |
| 49 | LSIP | PP London Sumatra Indonesia Tbk |
| 50 | MAGP | Multi Agro Gemilang <i>Plantation</i> Tbk |
| 51 | MAIN | Malindo <i>Feedmill</i> Tbk |
| 52 | MGRO | Mahkota <i>Group</i> Tbk |
| 53 | MKTR | Menthobi Karyatama Raya Tbk |
| 54 | MLBI | Multi Bintang Indonesia Tbk |
| 55 | MYOR | Mayora Indah Tbk |
| 56 | NASI | Wahana Inti Makmur Tbk |
| 57 | OILS | Indo <i>Oil</i> Perkasa Tbk |
| 58 | PALM | <i>Provident</i> Investasi Bersama Tbk |
| 59 | PANI | Pratama Abdi Nusa Industri Tbk |
| 60 | PGUN | Pradiksi Gunatama Tbk |
| 61 | PMMP | Panca Mitra Multiperdana Tbk |
| 62 | PSDN | Prasidha Aneka Niaga Tbk |
| 63 | PSGO | Palma Serasih Tbk |
| 64 | ROTI | Nippon Indosari <i>Corpindo</i> Tbk |
| 65 | SGRO | Sampoerna Agro |
| 66 | SIMP | Salim Ivomas Pratama Tbk |

| No | Kode Saham | Nama Perusahaan |
|----|------------|--|
| 67 | SIPD | Sreeya Sewu Indonesia Tbk |
| 68 | SKBM | Sekar Bumi Tbk |
| 69 | SKLT | Sekar Laut Tbk |
| 70 | SMAR | Sinar Mas Agro Resources and Tecnology Tbk |
| 71 | SSMS | Sawit Sumbermas Sarana Tbk |
| 72 | STAA | Sumber Tani Agung Resources Tbk |
| 73 | STTP | Siantar Top Tbk |
| 74 | TAPG | Triputra Agro Persada Tbk |
| 75 | TAYS | Jaya Swarasa Agung Tbk |
| 76 | TBLA | Tunas Baru Lampung Tbk |
| 77 | TGKA | Tigaraksa Satria Tbk |
| 78 | TLDN | Teladan Prima Agro Tbk |
| 79 | TRGU | Cerestar Indonesia tbk |
| 80 | ULTJ | Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk |
| 81 | UNSP | Bakrie Sumatera Plantations Tbk |
| 82 | WAPO | Wahana Pronatural Tbk |
| 83 | WMPP | Widodo Makmur Perkasa Tbk |
| 84 | WMUU | Widodo Makmur Unggas Tbk |

Sumber : www.idx.co.id

3.5.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2022:81) definisi teknik sampling adalah:

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

Terdapat dua teknik sampling Menurut Sugiyono (2022:82) yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu:

1. *Probability Sampling*

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi :

- a) *Simple Random Sampling*, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.
- b) *Proportionate Stratified Random Sampling*, digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.
- c) *Disproportionate Stratified Random Sampling*, digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi bersrata tetapi kurang proporsional.
- d) *Cluster Sampling* (Area Sampling), digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, missal penduduk darinegara, provinsi atau kabupaten.

2. *Nonprobability Sampling*

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi:

- a) *Sampling Sistematis*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.
- b) *Sampling Kuota*, merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri sampai jumlah yang diinginkan.
- c) *Sampling Insidental*, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

- d) *Sampling Purposive*, merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.
- e) *Sampling Jenuh*, merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.
- f) *Snowball Sampling*, merupakan penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan penulis yaitu Non probability sampling, dengan metode purposive sampling.

Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022:85).

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis yang dibutuhkan dalam penelitian. Oleh karena itu, teknik purposive sampling yang dipilih penulis dalam menetapkan sampel yang sesuai dengan kriteria.

Adapun kriteria dalam penggunaan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang tidak melaksanakan IPO dalam tahun 2018-2022 di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang laporan keuangannya tidak mengalami kerugian

dalam tahun 2018-2022 di Bursa Efek Indonesia.

3. Perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang laporan keuangannya memiliki piutang pihak berelasi dalam tahun 2018-2022 di Bursa Efek Indonesia.

Berikut adalah hasil perhitungan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria di atas dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3.

Kriteria Pemilihan Sampel dengan *Purposive Sampling*

| No | Keterangan | Jumlah |
|-----------|---|---------------|
| | Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. | 84 |
| 1 | Dikurangi: Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melaksanakan IPO dalam masa penelitian (2018-2022). | (37) |
| | | 47 |
| 2 | Dikurangi: Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer non cyclicals</i> subsektor <i>food and beverage</i> yang mengalami kerugian dalam periode (2018-2022). | (20) |
| | | 27 |

| No | Keterangan | Jumlah |
|--|---|----------------|
| 3 | Dikurangi: Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer non cyclicals</i> subsektor <i>food and beverage</i> yang laporan keuangannya tidak memiliki piutang pihak berelasi dalam tahun 2018-2022 di Bursa Efek | (4) |
| Jumlah Sampel Penelitian | | 23 |
| Periode Penelitian | | 5 Tahun |
| Jumlah Sampel Penelitian (23 x 5 Tahun) | | 115 |

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan kriteria pada tabel 3.2 diatas dihasilkan 23 perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* sebagai sampel penelitian.

3.5.3 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:81), definisi sampel adalah :

“Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi”.

Dalam penelitian ini, ada 23 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang dijadikan sampel penelitian. Berikut daftar perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang dijadikan sampel. Berikut ini daftar nama perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang telah memenuhi kriteria dan terpilih menjadi sampel penelitian berdasarkan purposive sampling yang mendukung penelitian, dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4.

**Daftar Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Subsektor
Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022
yang Menjadi Sampel Penelitian**

| No | Kode Perusahaan | Nama Perusahaan |
|----|-----------------|---------------------------------------|
| 1 | AALI | Astra Agro Lestari Tbk |
| 2 | BISI | Bisi Internasional Tbk |
| 3 | BUDI | Budi <i>Starch And Sweetener</i> Tbk |
| 4 | CEKA | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk |
| 5 | CLEO | Sariguna Primatirta Tbk |
| 6 | CPIN | <i>Charoen Pokphand</i> Indonesia Tbk |
| 7 | DLTA | Delta Djakarta Tbk |
| 8 | DSNG | Dharma Satya Nusantara Tbk |
| 9 | FISH | FKS Multiagro Tbk |
| 10 | HOKI | Buyung Poetra Sembada Tbk |
| 11 | ICBP | <i>Indofood</i> CBP Sukses Makmur Tbk |
| 12 | INDF | <i>Indofood</i> Sukses Makmur Tbk |
| 13 | JPFA | Japfa <i>Comfeed</i> Indonesia Tbk |
| 14 | LSIP | Pp London Sumatra Indonesia Tbk |
| 15 | MLBI | Multi Bintang Indonesia Tbk |
| 16 | MYOR | Mayora Indah Tbk |
| 17 | ROTI | Nippon Indosari <i>Corpindo</i> Tbk |
| 18 | SKBM | Sekar Bumi Tbk |
| 19 | SKLT | Sekar Laut Tbk |
| 20 | SMAR | Smart Tbk |
| 21 | SSMS | Sawit Sumbermas Sarana Tbk |
| 22 | STTP | Siantar Top Tbk |
| 23 | TBLA | Tunas Baru Lampung Tbk |

Sumber: Data diolah penulis

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Sumber Data

Sumber data yaitu bila dilihat dari caranya, sumber data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2022:137).

Menurut Sugiyono (2022:137), data sekunder yaitu:

“Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data pendukung kebutuhan data primer seperti buku, literatur dan bahan bacaan yang terkait dengan penelitian ini”.

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan laporan arus kas yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Data tersebut diperoleh dari website resmi masing-masing perusahaan serta website Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id dan situs resmi perusahaan lainnya.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis memerlukan beberapa data baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Menurut Sugiyono (2022:137), teknik pengumpulan data adalah: “... cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperoleh dalam penelitian”.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam

penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Pengumpulan data dengan teknik studi kepustakaan pada penelitian ini yaitu dengan cara mengumpulkan data-data berupa dokumen laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang ada kaitannya dengan objek pembahasan. Pengumpulan data berasal dari www.idx.co.id, dan *website* perusahaan yang akan diteliti dan situs-situs yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan (Sugiyono, 2022:147).

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk menarik kesimpulan. Dalam melakukan analisis terhadap data yang dikumpulkan untuk mencapai suatu kesimpulan, penulis melakukan perhitungan, pengolahan dan penganalisaan dengan bantuan program *Software IBM SPSS (Statistics Product and Service Solution)* Versi 25 sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022:147), pengertian analisis deskriptif adalah:

“Statistik deskriptif merupakan statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan 55 data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diamati. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis *tunneling incentive*, profitabilitas, dan *transfer pricing* adalah sebagai berikut:

1. *Tunneling Incentive*

Untuk dapat memperoleh nilai atas variabel *tunneling incentive* yang sesuai dengan kriteria, dibutuhkan langkah-langkah yang sesuai sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah kepemilikan saham terbesar pada perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman sesuai periode pengamatan yang diambil dari catatan atas laporan keuangan.
- b. Menentukan jumlah lembar saham yang beredar pada perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman sesuai periode pengamatan yang diambil dari catatan atas laporan keuangan.
- c. Menentukan *Transaction Corporation* (TNC) dengan cara membagi jumlah kepemilikan saham terbesar dengan jumlah saham yang beredar dikali seratus persen.
- d. Menetapkan kriteria perusahaan-perusahaan yang diduga

melakukan tunneling incentive sesuai dengan PSAK Nomor 15 paragraf 37 point (c) yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih. Dalam hal ini kepemilikan saham $> 20\%$ terjadi praktik *tunneling incentive* dan kepemilikan saham $< 20\%$ tidak terjadi praktik *tunneling incentive*.

Berikut dapat dilihat tabel kriteria penilaian kemungkinan perusahaan melakukan *tunneling incentive* pada tabel 3.5.

Tabel 3.5.

Kriteria Penilaian Kemungkinan *Tunneling Incentive* ditinjau dari rata-rata persentase Kepemilikan Saham Terbesar

| Kepemilikan Saham | Kriteria Penilaian |
|-----------------------------|--|
| TNC $> 20\%$ dengan dummy 1 | Perusahaan diduga melakukan praktik <i>tunneling incentive</i> |
| TNC $< 20\%$ dengan dummy 0 | Perusahaan diduga tidak melakukan praktik <i>tunneling incentive</i> |

Sumber: PSAK Nomor 15 Paragraf 37 Point (c)

- e. Membandingkan nilai persentase *Transaction Corporation* (TNC) dengan kriteria yang telah ditetapkan.

2. Profitabilitas

Untuk dapat memperoleh nilai atas variabel profitabilitas yang sesuai dengan kriteria, dibutuhkan langkah-langkah yang sesuai sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah laba bersih setelah pajak.
- b. Menentukan total aset.

- c. Menentukan *Return on Assets* (ROA) dengan cara membagi jumlah laba bersih setelah pajak dengan total aset.
- d. Menetapkan kriteria profitabilitas yang terdiri atas 5 kriteria yaitu sangat baik, baik, cukup, kurang baik, dan tidak baik. Menurut Kasmir (2017:201) dalam Chrismesi Pagiu (2021), semakin tinggi rasio *Return on Assets* (ROA) menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan. Maka perusahaan harus berusaha agar ROA di atas standar industri yaitu 30%.

Berikut dapat dilihat tabel kriteria penilaian kemungkinan profitabilitas pada tabel 3.6.

Tabel 3.6.

Kriteria Penilaian Kemungkinan Profitabilitas ditinjau dari banyaknya perusahaan melakukan Profitabilitas

| Nilai ROA | Kesimpulan |
|------------------|-------------------|
| ROA > 50% | Sangat Tinggi |
| 40% > ROA < 50% | Tinggi |
| 30% > ROA < 40% | Sedang |
| 20% > ROA < 30% | Rendah |
| ROA < 20% | Sangat Rendah |

Sumber: Kasmir (2017:201)

- e. Membandingkan nilai persentase *Return on Assets* (ROA) dengan kriteria yang telah ditetapkan.
- f. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

3. *Transfer Pricing*

Untuk dapat memperoleh nilai atas variabel *transfer pricing* yang

sesuai dengan kriteria, dibutuhkan langkah-langkah yang sesuai sebagai berikut:

- a. Mencari piutang transaksi pihak berelasi pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* sesuai periode pengamatan yang diambil dari laporan posisi keuangan.
- b. Mencari total piutang yang diambil dari laporan posisi keuangan.
- c. Menentukan nilai transaksi pihak berelasi dengan cara membagi piutang transaksi pihak berelasi dengan total piutang dikali seratus persen.
- d. Menetapkan kriteria perusahaan-perusahaan yang diduga melakukan *transfer pricing*. Alasan penggunaan proksi menggunakan *Related Party Transaction* (RPT) karena *transfer pricing* sering dilakukan melalui transaksi penjualan kepada pihak berelasi atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan piutang pihak berelasi akan timbul karena adanya penjualan kredit kepada pihak berelasi (Ariputri, 2020:35). Dalam hal ini $RPT > 0\%$ diduga melakukan transfer pricing dan $RPT = 0\%$, diduga tidak melakukan transfer pricing.

Berikut dapat dilihat tabel kriteria penilaian kemungkinan transfer pricing dapat dilihat pada tabel 3.8.

Tabel 3.7.

**Kriteria Penilaian Kemungkinan *Transfer Pricing* ditinjau dari rata-rata
persentase Transaksi Pihak Berelasi**

| RPT | Kesimpulan |
|--------------------------|---|
| RPT > 0 % dengan dummy 1 | Perusahaan diduga melakukan <i>Transfer Pricing</i> |
| RPT = 0 % dengan dummy 0 | Perusahaan diduga tidak melakukan <i>Transfer Pricing</i> |

Sumber: Ariputri (2020)

e. Membandingkan nilai persentase *Related Party Transactions* (RPT)

dengan kriteria yang telah ditetapkan.

3.7.2 Analisis Asosiatif

Menurut Sugiyono (2022:230), menjelaskan analisis asosiatif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif, yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini analisis asosiatif digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *tunneling incentive*, dan profitabilitas terhadap keputusan *transfer pricing*.

3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik

Metode analisis asumsi klasik dipergunakan untuk menguji keandalan data, sehingga keabsahan data dapat terungkap dan mengurangi kemungkinan bias dalam estimasi. Data yang dipakai dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder, dengan analisis regresi linear sebagai metode penelitian, sehingga perlu dilakukan pengujian atas asumsi klasik yang menjadi dasar dari model regresi. Pengujian asumsi klasik yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup Uji Asumsi Normalitas, Uji Asumsi

Multikolinearitas, Uji Asumsi Heteroskedastisitas, dan Uji Asumsi Autokorelasi.

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji Normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak terdistribusi secara normal maka hasil uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil Ghozali (2016:154).

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data variabel independen dan variabel dependen pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah sampel yang digunakan mempunyai berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan Test Normality Kolmogrov-Smirnov, menurut Singgih Santoso (2018:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Asumsi Multikolinieritas

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. 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.

Menurut Imam Ghozali (2011:105) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) “Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3) Multikolinieritas juga dapat dilihat dari:
 - a) *Tolerance value* dan lawannya
 - b) *Variance Inflation Factor* (VIF) Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya”.

Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel dependen lainnya. *Tolerance value* mengukur variabilitas variabel independen yang

terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel-variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/ tolerance$). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

1. *Tolerance value* < 0,10 atau VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.
2. *Tolerance value* > 0,10 atau VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas”.

Menurut Singgih Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIP \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolernce \frac{1}{VIF}$$

3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Menurut Ghozali (2016:134), ada beberapa cara untuk pengujian heteroskedastisitas dalam *variance error terms* untuk model regresi yaitu metode chart (diagram *scatterplot*) dan uji statistic (uji *glejser*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode chart atau diagram *scatterplot*.

Menurut Ghozali (2016:137-138), dasar pengambilan keputusan metode chart atau diagram scatterplot adalah sebagai berikut:

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

Dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila variabel independen tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Hal tersebut diamati dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016:138).

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107), uji autokorelasi dirancang untuk menguji apakah dalam satu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah

yang tidak mengandung masalah autokorelasi.

Uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel log di antara variabel independen (Ghozali, 2016:108).

Menurut Sunyoto (2016:98) salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan rumus sebagai berikut:

$$D - W = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

Keterangan:

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

3.7.2.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2022:159) hipotesis adalah:

“Dalam penelitian, hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul”.

3.7.2.3 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) dan dalam pengujian hipotesis ini peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Menurut Sugiyono (2022:184) rumus untuk menguji uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r : Nilai Uji-t
- t : Koefisien Korelasi
- r^2 : Koefisien Determinasi
- n : Jumlah Sampel

Uji t menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh dan hubungan variabel. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji t:

1. Perhitungan thitung dengan ttabel
 - a. Jika $|thitung| < ttabel$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b. Jika $|thitung| > ttabel$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Perbandingan signifikan dengan taraf nyata
 - a. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a

ditolak.

- b. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_{01} (\beta_1 \geq 0)$ = *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap *Transfer*

Pricing

$H_{a1} (\beta_1 \leq 0)$ = *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh positif terhadap *Transfer*

Pricing

$H_{02} (\beta_2 \geq 0)$ = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Transfer*

Pricing

$H_{a2} (\beta_2 \leq 0)$ = Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap *Transfer*

Pricing

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan hipotesis nol (H_0) yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

H_a diterima apabila : $\pm thitung < ttabel$

H_0 ditolak apabila : $\pm thitung > ttabel$

Apabila H_a diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya apabila H_0 ditolak, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.2.4 Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik merupakan analisis multivariate dengan menggunakan regresi logistik yang variabel bebasnya merupakan kombinasi antara kontinyu (metric) dan kategorial (non metric) (nominal).

Menurut Ghozali (2018:325) dalam Kuswanto dan Suhartono (2021), “analisis regresi logistik (logistic regression) merupakan regresi yang menguji apakah probabilitas terjadinya variabel dependen dapat diprediksi oleh variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel dependen non metrik (kategori) yaitu penghindaran pajak, dengan kategori: 1 = Perusahaan terindikasi melakukan penghindaran pajak 0 = Perusahaan tidak terindikasi melakukan penghindaran pajak Dengan kondisi tersebut penelitian ini memenuhi kondisi teknik analisis regresi logistik”.

Menurut Ghozali (2011) dalam Kosalia et al (2022:115) penggunaan regresi logistik tidak memerlukan uji perkiraan klasik data seperti di regresi linear.

Menurut Alan (1990:79), dalam Pramesti (2013), model regresi logistik adalah sebagai berikut:

“model regresi yang perubahan terikat/responnya mensyaratkan berupa perubahan kategorik. Variabel respon yang mempunyai dua kategori model regresi disebut dengan regresi biner logistik. Jika data hasil pengamatan dengan X_1, X_2, \dots, X_3 dengan variabel Y , dengan Y mempunyai dua kemungkinan nilai 0 dan 1, $Y=1$ menyatakan respon yang ditentukan dan sebaliknya $Y=0$ tidak memiliki kriteria maka Y mengikuti distribusi”.

Menurut Suhardjo (2013:153) dalam Hendriana (2014), model regresi logistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Log} \left(\frac{P}{1-P} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

Keterangan:

$\text{Log} \left(\frac{P}{1-P} \right)$ = Variabel melakukan atau tidak melakukan

β_0 = Konstanta

X_1 = Tunneling (X_1)

X_2 = Profitabilitas (X_2)

3.7.2.5 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dan ukuran yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut. pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *Person Product Moment* (r).

Teknik korelasi adalah teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama (Sugiyono, 2022:246).

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien Korelasi
 x_i : Variabel Independen
 y_i : Variabel Dependen
 n : Banyaknya Sampel

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara sistematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut:

Tabel 3.8.

**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Bernilai r
Positif**

| Interval Korelasi | Tingkat Hubungan |
|--------------------------|-------------------------|
| 0,00 - 0,199 | Sangat Lemah |
| 0,20 - 0,399 | Lemah |
| 0,40 - 0,599 | Sedang |
| 0,60 - 0,799 | Kuat |
| 0,80 - 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: Sugiyono (2022:248), yang telah disesuaikan oleh penulis

Tabel 3.9.

**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Bernilai r
Negatif**

| Interval Korelasi | Tingkat Hubungan |
|--------------------------|-------------------------|
| 0,00 - -0,199 | Sangat Lemah |
| -0,20 - -0,399 | Lemah |
| -0,40 - -0,599 | Sedang |
| -0,60 - -0,799 | Kuat |
| -0,80 - -1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: Sugiyono (2022:248), yang telah disesuaikan oleh penulis

3.7.2.6 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (K_d) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai (K_d) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Analisis digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pengaruh tunneling incentive terhadap *transfer pricing*, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing*. Proses

pengolahan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan *Statistic Program for Social Science 25*.

Menurut Sugiyono (2022:257), Dalam penerapannya, koefisien determinasi dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

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

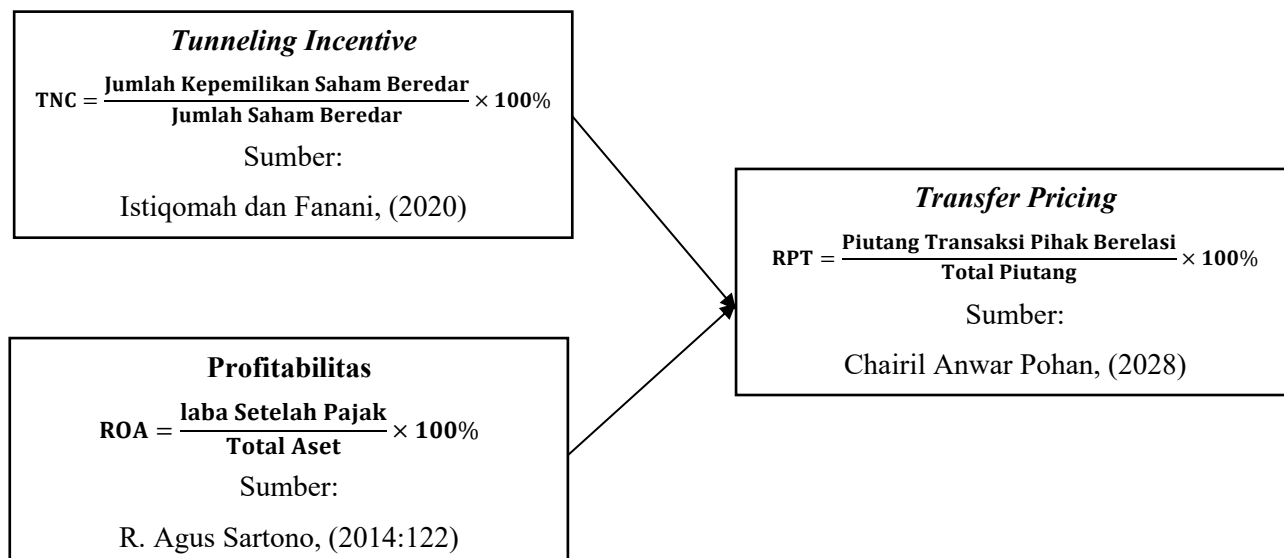
Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R² = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.8 Model Penelitian

Dalam sebuah penelitian, model penelitian merupakan abstrak dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Sesuai dengan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap keputusan *transfer pricing*. Maka model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1.

Model Penelitian