

DETERMINAN KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKSANAKAN *TRANSFER PRICING*

Nurfadhilah¹, Dewi Rejeki^{2*}

^{1, 2*}Departemen Akuntansi, Universitas Krisnadwipayana, Indonesia

*email korespondensi : dewirejaki@unkris.ac.id

Submitted : 9 September 2024, Review : 3 Desember 2024, Publish : 23 Desember 2024

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of Tax, Bonus Mechanism and Company Size on the company's decision to carry out Transfer Pricing. The research was conducted on Industrial Sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. The sample determination method uses purposive sampling so that the sample used is 10 companies for five years. The technical analysis used in this study is descriptive statistics, classical assumption tests, multiple regression tests and hypothesis tests consisting of simultaneous tests, partial tests and determination coefficient tests conducted using SPSS 25 for windows. The results of the study show that simultaneously taxes, bonus mechanisms and company size have a negative effect on the company's decision to carry out transfer pricing. Partially, the bonus mechanism and company size have a negative effect on the company's decision to carry out transfer pricing, while taxes have no effect on the company's decision to carry out transfer pricing.

Keywords: Tax; Bonus Mechanism; Company Size and Transfer Pricing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan Transfer Pricing. Penelitian dilakukan terhadap perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling sehingga sampel yang digunakan adalah 10 perusahaan selama lima tahun. Analisis teknis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji simultan, uji parsial dan uji koefisien penentuan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 untuk windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berdampak negatif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Sebagian mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing, sedangkan pajak tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing.

Kata kunci: Pajak; Mekanisme Bonus; Ukuran Perusahaan dan Transfer Pricing

PENDAHULUAN

Perusahaan multinasional menjalankan operasi bisnisnya di banyak negara, bukan hanya di satu negara. Hal ini bisa mengakibatkan perbedaan peraturan serta kebijakan, terutama mengenai masalah pajak. Oleh karena itu, perusahaan

wajib dilaksanakan penyesuaian dengan perusahaan induk, supaya pembukuan finansial perusahaan antara induk perusahaan serta anak perusahaan bisa dilaksanakan dengan cara efektif. Tujuan utama ialah untuk mendapat profit sebesar-besarnya, yang mendorong perusahaan

untuk melaksanakan banyak cara agar target perusahaan tercapai. Perbedaan dalam peraturan bisa menimbulkan masalah, termasuk potensi untuk melaksanakan kecurangan (*fraud*) disebabkan adanya transaksi di banyak tempat. Satu dari banyak tindakan kecurangan (*fraud*) yang paling umum dilaksanakan yakni dengan melaksanakan kegiatan praktik *transfer pricing* (Setyorini & Nurhayati, 2022).

Penjualan barang serta jasa, pemberian pinjaman, kepemilikan aset tadka berwujud dan hak-hak lainnya, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan perusahaan baik yang memiliki hubungan istimewa maupun tidak hanyalah beberapa transaksi dimana terjadi antar divisi dalam konteks perusahaan multinasional. Penetapan harga untuk banyak transaksi antar divisi umumnya dikatakan sebagai penetapan harga transfer (*transfer pricing*). Transaksi yang terjadi dilingkungan multinasional nantinya menghadirkan tantangan dalam mengidentifikasi harga (Fuadah, 2008). *Transfer pricing* menjadi persoalan pokok di banyak negara dimana pendapatan mereka berasal dari pajak. *Transfer pricing* biasanya dipergunakan untuk penghindaran pajak perusahaan multinasional yang punya hubungan istimewa. Seiring perkembangan zaman, fungsi *transfer pricing* sudah berkembang. Fungsi di manajemen pajak *transfer pricing* sebuah strategi dalam mengurangi total pajak yang perlu disetor, di perusahaan, sebaliknya dipergunakan guna memanipulasi laba maupun profit (Setyorini & Nurhayati, 2022). Perbedaan tarif pajak antar negara menjadi alasan perusahaan melaksanakan penghematan pajak yakni dengan memperkecil harga penjualan serta memperbesar biaya pembelian, degan cara mentransfer keuntungan perusahaan dari negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah (Siman, 2021).

Harga Transfer dalam undang-undang perpajakan diatur dalam Pasal 18

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Peraturan harga transfer termasuk definisi istimewa, *wewenang* guna menentukan perbandingan utang serta modal, serta wewenang untuk melaksanakan koreksi dalam hal transaksi yang tidak *arm's length* dengan mempergunakan metode yang bisa dipergunakan guna menentukan harga transfer yang wajar, seperti metode perbandingan harga antara yang tidak punya hubungan istimewa, metode biaya plus, metode harga penjualan kembali serta metode lainnya.

Perusahaan sektor industri adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan manufaktur, yang meliputi berbagai jenis kegiatan seperti pengolahan bahan baku, produksi barang setengah jadi dann barang jadi serta kegiatan industry lain yang mendukung berbagai sektor ekonomi. Sektor ini sangat penting karena menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Berikut ini gambaran *transfer pricing* di perusahaan sektor industri di tahun 2018 – 2022 :



Gambar 1. Transfer Pricing Perusahaan Sektor Industri Tahun 2018-2022

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 1 diatas, memperlihatkan bahwa Perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia dari Tahun 2018 sampai 2022 mengalami perkembangan fluktuatif. Untuk *Transfer Pricing* tahun 2018 punya persentase rata-rata sebesar 13,928% kemudian mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi sebesar 13,185%. Tahun 2020 mengalami kenaikan dengan persentase rata-rata sebesar 16,647% dan di tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebesar 14,484% , hingga pada akhirnya mengalami penurunan sebesar 10,890% di tahun 2022.

Faktor pertama yang mempengaruhi *Transfer Pricing* yakni Pajak. Menurut (Fauziah & Saebani, 2018) satu dari banyak anggaran penting yang dipergunakan guna membiayai negara salah satunya adalah pajak, termasuk belanja sehari-hari serta belanja pembangunan dan pajak dinilai beban bagi bisnis, disebabkan pajak dinilai bisa mengurangi laba bersih bagi perusahaan karena bisa membuat mereka punya kewajiban untuk membayar pajak. Akibatnya, banyak bisnis masih menerapkan *transfer pricing*. Pandangan perusahaan tentunya sangat bertolak belakang dengan pemerintah mengenai pajak. Pemerintah mengharapkan pendapatan pajak yang sebanyak-banyaknya guna menambah pendapatan negara. Sementara perusahaan mengharapkan pembayaran pajak yang sekecil mungkin untuk mendapat laba yang besar (Nurlatifah, 2022). Semakin beban pajak tinggi maka perusahaan kemudian mempergunakan praktik harga transfer. Korporasi ingin mengurangi kewajiban pajak di Indonesia dengan mengalihkan pendapatannya ke perusahaan grup di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah (Setyorini & Nurhayati, 2022)

Perusahaan mensiasati pengurangan beban pajak dengan cara merekayasa harga antar perusahaan yang punya hubungan istimewa maupun yang sering dikatakan dengan *transfer pricing*. Dalam transaksi penjualan barang maupun jasa, praktik ini dilaksanakan dengan cara memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu

grup, sehingga laba yang didapatkan diahlikan kepada perusahaan yang beroperasi di negara dengan tarif pajak kecil. (Khotimah, 2018). Dengan melaksanakan *transfer pricing* ini, tujuan perusahaan guna menekan biaya pembayaran pajak menjadi tetap rendah. Dengan cara itu didapatkan harga jual yang rendah yang mengakibatkan beban pajak yang rendah karena laba yang didapatkan rendah. Beberapa penelitian tentang hubungan antara pajak terhadap *transfer pricing* telah dilakukan oleh Purwanto & Tumewu (2018), Refgia *et al.*, (2017), (Ratsianingrum *et al.*, 2020) menemukan pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Tapi, temuan penelitian Melmusi, (2016), Ramadhan *et al.*, (2022), Cahyani *et al.*, (2023) mengatakan transfer pricing tidak ada hubungannya dengan pajak terhadap keputusan perusahaan. Penelitian ini mengevaluasi pengaruh pajak terhadap keputusan melaksanakan *transfer pricing* dikarenakan ada temuan perbedaan hasil. Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*

Selain pertimbangan perpajakan, *transfer pricing* mungkin dipengaruhi oleh isu-isu non-pajak termasuk mekanisme bonus dan ukuran perusahaan. Menurut Agustina (2019), mekanisme bonus ialah tantiem, yakni intensif yang diberikan pemilik kepada direksi perusahaan ketika perusahaan mencapai target keuntungan. Tania & Kurniawan (2019) menyebutkan mekanisme bonus ialah pemberian gaji tambahan kepada direksi perusahaan yang diberikan pemilik perusahaan sebagai penghargaan atas prestasi kerja direksi berlandaskan kinerjanya, di luar dari gaji yang telah di tetapkan. Menurut Ridwan *et al.* (2023), ketika anggota staf mencapai atau melampaui tujuan perusahaan, mereka

diberi bonus atau komisi tambahan. Semakin tinggi total bonus, makin besar insentif yang dimiliki direktur untuk mempergunakan *transfer pricing* untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan sebanyak mungkin. Selain itu, untuk mengukur seberapa besar laba perusahaan, mekanisme bonus bisa dipergunakan sebagai pengukuran. Untuk memberi penghargaan kepada manajer maupun direksi, perusahaan paling sering mempergunakan mekanisme bonus berlandaskan laba, karena mereka bisa mengubah tingkat laba perusahaan untuk meningkatkan total bonus yang diterima (Ratsianingrum *et al.*, 2020).

Menurut Santosa & Suzan (2018), Melmusi (2016), Tania & Kurniawan (2019) mekanisme bonus memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Tapi Menurut Refgia (2017), Mineri & Paramitha (2021), Hafzil Azhar & Setiawan (2021) mekanisme bonus tidak memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Dengan kata lain, meningkatnya pemberian bonus berarti perilaku *transfer pricing* perusahaan juga meningkat. Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₂ : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan merupakan salah satu dari banyak variabel yang diperhitungkan ketika menentukan *transfer pricing*. Darmawati & Muslichah (2022) menyatakan ukuran perusahaan adalah satu dari banyak faktor yang bisa mempengaruhi keputusan manajemen perusahaan mengenai dengan indikasi *transfer pricing*. Skala ukuran perusahaan bisa dilihat dari total aset, ukuran logaritma, nilai pasar saham, serta faktor lainnya yang bisa mengklasifikasikan besarnya sebuah perusahaan. Menurut Khotimah (2018) ukuran perusahaan ialah parameter yang dipergunakan untuk membedakan dimensi

besar maupun kecilnya sebuah entitas bisnis. Pengklasifikasian ini bisa dilaksanakan berlandaskan total nilai aset, volume penjualan, kapitalisasi pasar, maupun total karyawan yang bekerja di perusahaan itu. Sedangkan menurut Dewi (2023) ukuran perusahaan ialah parameter yang menentukan apakah sebuah perusahaan diklasifikasikan sebagai besar maupun kecil, dimana dilihat dari kuantitas aset, ukuran log, serta nilai pasar saham. nilai total aktiva, volume penjualan, total karyawan, kapitalisasi pasar, serta faktor lainnya bisa dipergunakan untuk menentukan ukuran perusahaan.

Menurut Melmusi (2016) total aset sebuah perusahaan bisa menentukan seberapa besar maupun seberapa kecil perusahaan itu. Total aset yang lebih besar memperlihatkan ukuran perusahaan lebih besar. Semakin banyak aset yang dimiliki sebuah perusahaan, maka lebih banyak kompleksitas yang dimilikinya serta lebih banyak keputusan yang dibuat manajemen (Ratsianingrum *et al.*, 2020). Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada bisnis. Perusahaan-perusahaan kecil terlihat lebih cenderung mempergunakan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan, sementara perusahaan-perusahaan besar dianggap oleh masyarakat punya integritas dan kejujuran yang lebih tinggi dalam pelaporan keuangan mereka. Ketika setiap unit perusahaan dijalankan sebagai *profit center* yang masing-masing bertugas menghasilkan keuntungan dari modal yang ditanam, gagasan ini sering digunakan. (Khotimah, 2018). Penelitian yang dilakukan Rezky & Fachrizal (2018), Ravensky & Akbar (2021), Agustina (2019) berpendapat intensitas praktik *transfer pricing* sangat bisa dengan mudah dilihat dari ukuran suatu perusahaan. tapi, penelitian yang dilaksanakan Refgia *et al.*(2017), Marlina *et al.*(2022), Prabaningrum *et al.*(2021) menyatakan *transfer pricing* tidak ada kaitannya sama sekali dengan ukuran perusahaan terhadap

tindakan perusahaan untuk melaksanakan *transfer pricing*. Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh kepada keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*

Transfer pricing dikenal dengan beberapa istilah seperti *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional*, maupun *internal pricing*, yang mengacu pada harga yang dipergunakan untuk mengatur transfer barang serta jasa antara unit-unit maupun divisi-divisi yang tidak sama dalam sebuah grup perusahaan (Jayanti & Kusumawati, 2023). Ada dua jenis transaksi dalam *transfer pricing*, yakni *intra-company transfer pricing* (*transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan) serta *inter-company transfer pricing* (*transfer pricing* antar dua perusahaan yang punya hubungan istimewa). Jenis transaksi ini bisa terjadi di dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) maupun melibatkan lebih dari satu negara (*multinational transfer pricing*). *Transfer pricing domestik* mengacu di penetapan harga untuk transfer barang maupun jasa antar unit maupun divisi dalam satu grup perusahaan yang beroperasi di satu negara. Sementara itu, dimaksud dengan *transfer pricing* multinasional adalah transfer yang melibatkan banyak pihak antar divisi di banyak wilayah bahkan mencakup negara yang berbeda (Mineri & Paramitha, 2021)

Menurut OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*), *transfer pricing* ialah perusahaan multinasional dimana anggota kelompok melakukan transaksi dengan harga yang telah ditentukan. Meskipun penetapan harga ini sering kali menyimpang dari kuantitas pasar yang wajar, perkara itu dapat dibenarkan dengan mempertimbangkan kepentingan

kelompok. Kemungkinan adanya perbedaan dengan harga pasar yang wajar ini disebabkan fleksibilitas dalam menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan kebijakan korporasi mereka (Tiwa *et al.*, 2017). *Transfer pricing* adalah proses penentuan harga pokok barang dan jasa yang ditransfer antar bisnis dimana punya hubungan unik serta dari satu divisi dalam suatu perusahaan ke divisi lain. Kebijakan penetapan *transfer pricing* dapat digunakan oleh usaha kecil, anak perusahaan dari perusahaan besar, dan bahkan bisnis yang beroperasi di negara lain (Purwanto & Tumewu 2018)

Satu dari banyak upaya perusahaan guna mengoptimalkan profit yakni dengan cara melaksanakan transaksi *transfer pricing* yang dimana didalamnya melibatkan barang, jasa, aset tak berwujud, maupun transaksi keuangan antara entitas yang punya hubungan khusus (Refgia *et al.*, 2017). Berlandaskan hasil penjelasan diatas, bisa ditarik kesimpulan satu dari banyak upaya perusahaan guna memaksimalkan laba yang didapatkan perusahaan mengeluarkan kebijakan untuk melaksanakan *transfer pricing*, *transfer pricing* kebijakan untuk melakukan penetapan harga transfer untuk transaksi keuangan dengan koneksi unik serta produk, layanan, dan aset tidak berwujud. Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₄ : Pajak, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*

Penelitian ini berfokus di perusahaan sektor industri karena sektor ini mencakup perusahaan yang memasarkan produk serta jasa yang utamanya dipergunakan industri daripada konsumen. Produk serta jasa yang dihasilkan ialah produk serta jasa akhir, bukan bahan mentah dimana memerlukan pengolahan tambahan, dengan aktivitas

produksi yang signifikan serta harga jual lebih tinggi. Maka dari itu, di perusahaan sektor industri ada peluang besar untuk terjadinya transaksi antara pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dalam hal ini penulis tertarik untuk menguji dan menganalisis pengaruh pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *transfer pricing* baik secara parsial maupun secara simultan.

METODE

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018-2022 berupa *annual report* perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id maupun web masing-masing perusahaan. Variabel yang digunakan yang terdiri dari variabel terikat (variabel dependen) yaitu *Transfer Pricing*; dan variabel bebas (variabel independen) yaitu pajak, mekanisme bonus dan ukura perusahaan. Adapun pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Formula	Skala
Pajak (X1)	ETR	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Keuangan Sebelum Pajak}}$	Rasio
Mekanisme Bonus (X2)	ITRENDLE (Indeks Trend Laba Bersih)	$ITRENDLE = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X3)	Size	$\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio
<i>Transfer Pricing</i> (Y)	<i>Related Party Transaction</i>	$RPT = \frac{\text{Piutang Kepada Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang Usaha}}$	Rasio

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sektor industri yang berjumlah 56 perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) dari tahun 2018-2022. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan berdasarkan 5 (lima) kriteria yaitu : (1) Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 – 2022; (2) Perusahaan sektor industri yang mengungkapkan laporan tahunan dengan cara konsisten serta lengkap di Bursa Efek Indonesia semasa tahun 2018 – 2022; (3) Perusahaan sektor industri tidak mengalami kerugian semasa periode pengamatan tahun 2018 – 2022; (4) Perusahaan sektor industri yang melaporkan laporan tahunan mempergunakan mata uang rupiah tahun 2018 – 2022; dan (5) Perusahaan sektor industri yang melaporkan Piutang Pihak Berelasi tahun 2018 – 2022.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel diatas, diperoleh sampel sejumlah 10 perusahaan dengan jumlah data observasi sebanyak 50 perusahaan (5 tahun X 10 perusahaan). Analisis data penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial dan uji simultan, serta uji koefisien determinasi. Sedangkan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah data observasi sebanyak 50 perusahaan dari hasil pengambilan sampel yang telah dilakukan diatas, ditemukan hasil pengolahan data yang tidak terdistribusi dengan cara normal, sehingga harus dilakukan uji *outlier* yakni dengan cara membuang data yang tidak sesuai maupun data yang ekstrim. Hasil uji *outlier* diperoleh 13 data yang wajib dieliminasi sehingga diperoleh data yang berdistribusi normal dengan total sample (N) sebanyak 37 data.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pajak	3	.1203	.3401	.223149	.049283
Mekanis	7	.1362	2.2089	1.188949	.476296
me Bonus	7				4
Ukuran	3	26.335	33.655	29.59964	2.26358
Perusahaa	7	6	2	1	40
n					
Transfer	3	.0003	.1322	.038754	.036453
Pricing	7				3
Valid N	3				
(listwise)	7				

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan dari data statistik deskriptif diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Varibel Pajak memiliki nilai minimumnya yaitu 0,1203 dan nilai maksimalnya adalah sebesar 0,3401. Sedangkan untuk nilai rata-rata (*mean*) adalah sebesar 0,223149 dan untuk standar deviasinya adalah sebesar 0,0492831.
2. Varibel Mekanisme Bonus memiliki nilai minimumnya yaitu 0,1362 dan nilai maksimalnya adalah sebesar 2,2089. Sedangkan untuk nilai rata-rata (*mean*) adalah sebesar 1,188949 dan untuk standar deviasinya adalah sebesar 0,4762964.
3. Varibel Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimumnya yaitu 26,3356 dan nilai maksimalnya adalah sebesar 33,6552. Sedangkan untuk nilai rata-rata (*mean*) adalah sebesar 29,599641 dan untuk standar deviasinya adalah sebesar 2,2635840.
4. Varibel *Transfer Pricing* memiliki nilai minimumnya yaitu 0,0003 dan nilai maksimalnya adalah sebesar 1,1322. Sedangkan untuk nilai rata-rata (*mean*) adalah sebesar 0,038754 dan untuk standar deviasinya adalah sebesar 0,0364533.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diperoleh hasil sebagai berikut :

Hasil uji normalitas memperlihatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sejumlah 0,200, dengan data residual terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar 0,05, yakni ($0,200 > 0,05$). Hasil uji multikolinieritas memperlihatkan nilai *tolerance* untuk variabel pajak, mekanisme bonus serta ukuran perusahaan masing-masing mencapai 0,983, 0,990, 0,975 artinya nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Kemudian nilai VIF untuk variabel pajak, mekanisme bonus serta ukuran perusahaan masing – masing mencapai 1,017, 1,010, 1,025 artinya nilai VIF kurang dari 10,00. Jadi, hasilnya ialah variabel independen yang dipergunakan di model regresi penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Selain itu, tidak ada hubungan antara variabel independen yang tidak sama dengan satu sama lain. Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan tidak terjadi heteroskedastisitas disebabkan titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah nilai 0 di sumbu Y, serta grafik *scatterplot* tidak memperlihatkan pola yang jelas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	R Square	Adjusted R Square	B	t	Sig	α
(Constant)	0,307	0,244	0,261	3,392	.005	0,05
Pajak (X ₁)			0,100	.926	.361	
Mekanisme Bonus (X ₂)			0,030	2,701	.011	
Ukuran Perusahaan (X ₃)			-0,006	-0,064	.942	

Pengujian Signifikan $F_{hitung} > F_{tabel} = 4,876 > 2,892$ (Sig 0,006 < 0,05)
 Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,261 - 0,100X_1 - 0,030X_2 - 0,006X_3 + e$$

Dengan Nilai Konstanta (a) adalah 0,261 dengan asumsi variabel lain nilainya tetap, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Pajak sebesar -0,100. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Pajak sebesar 1% maka *Transfer Pricing* menurun sebesar -0,100. Nilai koefisien regresi variabel Mekanisme Bonus diperoleh sebesar -0,030. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Mekanisme Bonus sebesar 1% maka *Transfer Pricing* mengalami penurunan sebesar -0,030. Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan diperoleh sebesar -0,006. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Ukuran Perusahaan sebesar 1% maka *Transfer Pricing* mengalami penurunan sebesar -0,006.

Sedangkan berdasarkan hasil pengujian signifikansi F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,876 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,006. Hal ini dapat diartikan bahwa Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan secara bersama sama memiliki pengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,244, artinya kontribusi yang diberikan variabel Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan sebesar 24,4% terhadap *Transfer Pricing*, sedangkan sisanya sebesar 75,6% disumbangkan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pajak **tidak berpengaruh** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Hal ini dibuktikan bahwa hasil uji signifikan parsial pajak dengan nilai uji t_{hitung} sebesar -0,926 dan t_{tabel} sebesar 1,688 dengan tingkat signifikan $0,361 > 0,05$. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, artinya secara parsial bahwa variabel Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah & Saebani (2018), Agustina (2019), Cahyani *et al.* (2023). *Transfer pricing* tidak dapat dijadikan sebagai mekanisme untuk penghematan pajak maupun mengurangi beban pajak bagi perusahaan. Perusahaan bisa melaksanakan perencanaan pajak (*tax planning*) yang efektif guna mengurangi beban pajak yang disetor dengan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku. Perusahaan tetap membayar pajak meskipun melaksanakan *transfer pricing*. Teori agensi tidak sejalan dengan pandangan pihak-pihak yang punya kepentingan yang tidak sama kemudian bekerja sama guna menyelesaikan tugas. Konflik keagenan merugikan pihak pemilik disebabkan tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan karena mereka tidak bisa mendapat informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Mekanisme Bonus **berpengaruh negatif** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Hal ini dibuktikan bahwa hasil uji signifikan parsial dengan nilai uji t_{hitung} sebesar -2,701 dan t_{tabel} sebesar 1,688 dengan tingkat signifikan $0,011 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, artinya secara parsial bahwa variabel Mekanisme Bonus berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Halim Rachmat (2019), Ravensky & Akbar (2021). Mekanisme bonus berlandaskan laba maupun profit adalah metode umum dipergunakan perusahaan guna memberi insentif terhadap direksi maupun manajer. Dengan berlandaskan tingkat laba, manajer

bisa mengelola laba itu guna memaksimalkan bonus sehingga manajer cenderung melaksanakan praktik *transfer pricing*. Dengan demikian, manajemen kemudian berusaha guna meningkatkan kinerja finansial perusahaan, disebabkan peningkatan kinerja tentu akan berdampak pada bonus yang diterima. Satu dari banyak strategi yang bisa dilaksanakan manajemen maupun direksi untuk meningkatkan kinerja perusahaan ialah dengan meningkatkan laba perusahaan dengan cara tahunan. Metode paling sederhana untuk melakukannya adalah dengan merancang laporan keuangan dan menjual barang dagangan ke perusahaan multinasional lain dengan harga di bawah harga pasar. Hal itu berdampak pada pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahun itu. Maka sesuai dengan teori agensi dimana untuk mendapat bonus yang diinginkan, manajer berusaha memperlihatkan kinerja baik terhadap pemilik perusahaan. Bonus diberikan dikaitkan dengan evaluasi kinerja mereka berlandaskan laba yang dihasilkan perusahaan, makin tinggi laba keseluruhan makin baik citra manajer.

Ukuran Perusahaan **berpengaruh negatif** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Hal ini dibuktikan bahwa hasil uji signifikan parsial dengan nilai uji t_{hitung} sebesar -2,342 dan t_{tabel} sebesar 1,688 dengan tingkat signifikan $0,025 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, artinya secara parsial bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ridwan *et al.* (2023), Rezky & Fachrizal (2018), Agustina (2019). Makin besar ukuran sebuah perusahaan, makin tinggi kemungkinannya untuk terlibat dalam praktik *transfer pricing* disebabkan perusahaan besar punya lebih banyak aktivitas operasional serta transaksi

finansial dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan dapat memindahkan laba dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif rendah sehingga hal ini dapat merugikan negara asal dalam hal penerimaan negara. Hal ini dikarenakan bisnis dengan basis aset lebih besar cenderung lebih stabil dan menguntungkan dibandingkan bisnis dengan aset lebih kecil. Hal itu konsisten dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa makin banyak aset yang dimiliki organisasi, manajemen mempunyai motivasi yang meningkat untuk menjalankan perusahaan secara lebih efektif dengan mengendalikan pendapatan atau laba, terutama melalui *transfer pricing*.

Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama **berpengaruh negatif** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Hal ini dibuktikan bahwa hasil uji F bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2,892 dan F_{tabel} sebesar 4,876 dengan nilai probabilitas sebesar $0,006 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_5 diterima, artinya bahwa Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melaksanakan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ravensky & Akbar (2021), Ratsianingrum *et al.* (2020), Agustina (2019). Perusahaan yang besar dapat meningkatkan praktik *transfer pricing* yang tidak wajar dengan memanfaatkan perbedaan pajak antar negara untuk meminimalkan kewajiban pajaknya. Terkait dengan sistem bonus yang didasarkan target keuangan dapat menjadi motivasi manajer untuk mengatur harga transfer untuk kepentingan pribadi. perusahaan besar dengan struktur yang rumit mengakibatkan peraturan pajak yang kompleks dan menimbulkan asimetri informasi antar perusahaan sehingga otorisasi pajak menjadi sulit untuk diawasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pajak **tidak berpengaruh** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Transfer pricing* yang dilakukan ternyata tidak dapat dijadikan sebagai mekanisme untuk penghematan pajak maupun mengurangi beban pajak bagi perusahaan. Perusahaan tetap membayar pajak meskipun melaksanakan *transfer pricing*.

Sedangkan Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan **berpengaruh negatif** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Mekanisme bonus biasanya dilakukan berlandaskan laba maupun profit perusahaan guna memberi insentif/bonus bagi direksi maupun manajer atas kinerjanya tentu akan memberi peluang para manajer untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Manajer dapat merancang laporan keuangan dan menjual barang dagangan ke perusahaan multinasional lain dengan harga di bawah harga pasar sehingga berdampak pada pendapatan perusahaan dan peningkatan laba yang pada akhirnya dapat meningkatkan penerimaan bonus para manajer. Ukuran perusahaan yang semakin besar akan memberi peluang bagi perusahaan untuk memindahkan laba dari negara dengan tarif pajak yang tinggi ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga dapat merugikan pemerintah terkait dengan penerimaan pajaknya apalagi bagi negara yang penerimaan pajaknya merupakan sumber pendapatn terbesar seperti Indonesia.

Secara simultan Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan juga **berpengaruh negatif** terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Meskipun perusahaan multinasional dapat menetapkan harga

transfer yang tidak wajar untuk memindahkan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah, namun hal ini dapat meningkatkan beban administrasi bagi perusahaan dan menambah biaya kepatuhan pajak yang signifikan. Selain itu perusahaan akan kesulitan merencanakan pajak dan keuangan jangka panjang karena potensi dari otoritas pajak, sehingga menghambat investasi dan pengambilan keputusan strategi perusahaan. Ketidaksepakatan antara perusahaan dengan otoritas pajak terkait kewajaran harga transfer juga akan menimbulkan biaya litigasi dan proses penyelesaian yang panjang sehingga dapat menurunkan hubungan baik antara perusahaan dengan regulator. Ketidakadilan juga terjadi di pasar ekonomi dimana perusahaan kecil atau lokal tidak memiliki peluang untuk menghindari pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A. (2019). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung*, 53–66.
- Cahyani, G., Hafizi, M. R., & Wehdawati. (2023). Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i1.2504>
- Dewi, H. P. (2023). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Ketetapan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1), 1051–1055.
- Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 18(1A), 115–128.

- Fuadah, L. (2008). Analisa Transaksi-Transaksi Yang Terjadi Dalam Masalah Transfer Pricing Pada Kasus PT. Asian Agri Di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 6(2), 108–129.
- Halim Rachmat, R. A. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Jayanti, A. D., & Kusumawati, E. (2023). Effect of Tax, Company Size, Bonus Mechanism, Foreign Ownership, and Tunneling Incentive on Transfer Pricing Decisions. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)*, 06(02), 242–249. www.ijlrhss.com
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12). www.idx.co.id.
- Marliana, D., Prihatni, R., & Muliarsi, I. (2022). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 332–343.
- Melmusi, Z. (2016). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan yang Tergabung dalam Jakarta Islamic Index dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 5(2).
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3638>
- Nurlatifah, S. (2022). Pengaruh Profitability, Leverage Dan Board Diversity Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 - 2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(3), 910–923. <https://doi.org/10.35137/jabk.v9i3.769>
- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1). <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v14i1.412>
- Ramadhan, M. F., Dewi, R. C., & Liza, A. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Exchange Rate, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Pundi*, 6(1).
- Ratsianingrum, E., Harimurti, F., & Kristianto, D. (2020). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 16(2). <https://doi.org/10.33061/jasti.v16i2.4428>
- Ravensky, H., & Akbar, T. (2021). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2019). *Prosiding Seminar Nasional*, 295–305.
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (2017a). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1).
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (2017b). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011 - 2014). *Jurnal Online*

Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi,
4(1), 543–555.

Asing Terhadap Penerapan Transfer
Pricing Pada Perusahaan Manufaktur
Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015.
Jurnal EMBA, 5(2), 2666–2675.

Rezky, M. A., & Fachrizal. (2018). Pengaruh
Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan,
Leverage, Dan Multinationality Terhadap
Keputusan Transfer Pricing Pada
Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.
*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi
Akuntansi (JIMEKA)*, 3(3).

Ridwan, M., Arofah, A. D., Putri, A. P. R. Z., &
Ilham, U. P. (2023). Analisis Faktor-
Faktor yang Mempengaruhi Transfer
Pricing Pada Perusahaan Sektor Industri
Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*,
10(1), 217–231.

Santosa, S. jasmine D., & Suzan, L. (2018).
Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan
Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan
Transfer Pricing (Studi Kasus pada
Perusahaan Sektor Industri Barang
Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2013-2016). *Kajian
Akuntansi*, 19(1).

Setyorini, F., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh
Pajak (ETR), Tunneling Incentive (TNC),
Mekanisme Bonus (ITRENDLB) Dan
Firm Size (SIZE) Terhadap Keputusan
Transfer Pricing (Pada Perusahaan
Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI
Periode 2017-2020). *Jurnal Ilmiah
Mahasiswa Akuntansi Universitas
Pendidikan Ganesha*, 13(01), 233–242.

Siman, T. (2021). Analisis Pengaruh Pajak,
Leverage, Dan Tunneling Incentive
Terhadap Keputusan Transfer Pricing
Pada Perusahaan Manufaktur Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal
FinACC*, 6(5).

Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak,
Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus
Dan Keputusan Transfer Pricing (Studi
Empiris Pada Perusahaan Manufaktur
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2014-2017). *TECHNOBIZ :
International Journal of Business*, 3(6),
37–41.

Tiwa, E. M., Saerang, D. P. E., & Tirayoh, V. Z.
(2017). Pengaruh Pajak Dan Kepemilikan