

---

**Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021**

Sarah Ulfa<sup>1</sup>, Rany Gesta Putri Rais<sup>2</sup>

Iswadi<sup>3</sup>, Razif<sup>4</sup>

[sarah.180420113@mhs.unimal.ac.id](mailto:sarah.180420113@mhs.unimal.ac.id)<sup>1</sup>

[ranygesta@unimal.ac.id](mailto:ranygesta@unimal.ac.id)<sup>2</sup>, [iswadi@unimal.ac.id](mailto:iswadi@unimal.ac.id)<sup>3</sup>

[razif@unimal.ac.id](mailto:razif@unimal.ac.id)<sup>4</sup>

*Program Studi Akuntansi, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe  
Bukit Indah, Blang Pulo*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah 51 perusahaan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga sampel yang di peroleh sebesar 38 perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial beban pajak dan mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

**Kata Kunci:** Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan *Transfer Pricing*

**Abstract**

*This study aims to examine the effect of tax burdens, tunneling incentives, and bonus mechanisms on transfer pricing in manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the IDX. The data used in this research is secondary data. The population in this study was 51 companies using a purposive sampling technique so the sample obtained was 38 companies. The data analysis method in this study uses multiple linear regression analysis with panel data. The results of the study show that partially the tax burden and the bonus mechanism have a positive and significant effect on transfer pricing, while tunneling incentives have no significant effect on transfer pricing in manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the IDX.*

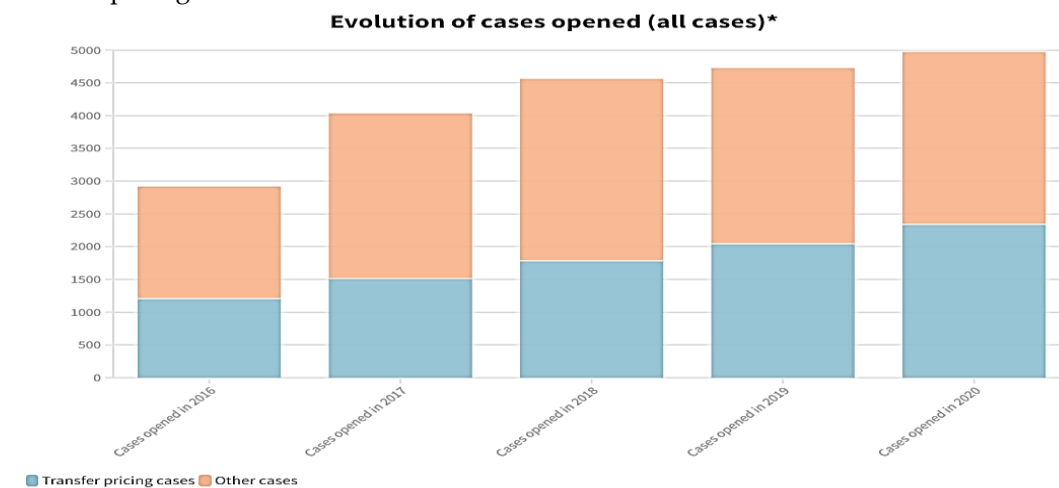
**Keywords:** Tax Burden, Incentive Tunneling, Bonus Mechanism, and Transfer Pricing

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi membuat perdagangan ekonomi menembus pasar internasional. Perusahaan lokal bertransformasi menjadi perusahaan multinasional (*multinational enterprises*) yang beroperasi di bawah pengendalian suatu pihak tertentu yang tidak hanya beroperasi dalam satu negara, namun dapat beroperasi lebih dari satu negara. Mengingat operasi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional dapat melibatkan beberapa negara yang memiliki ketentuan perpajakan berbeda, risiko perpajakan seperti upaya penghindaran pajak dapat terjadi.

Penghindaran pajak dapat dilakukan dengan menggeser laba (*profit shifting*) melalui transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, namun berada di negara yang berbeda. Perbedaan atas pengenaan tarif pajak pada setiap negara, di mana perusahaan multinasional beroperasi memicu perusahaan untuk memperkecil kewajiban pembayaran pajak dengan cara melakukan *praktik transfer pricing* (Prananda & Triyanto, 2020). *Transfer pricing* dapat terjadi pada perusahaan multinasional dikarenakan *transfer pricing* adalah kebijakan atas penetapan harga, baik harga jual maupun harga beli pada produk atau jasa tertentu yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa atau transaksi afiliasi (Melmusi, 2016).

Dalam beberapa tahun terakhir, tren sengketa pajak terkait dengan *transfer pricing* semakin meningkat. Sebagaimana diungkap dalam MAP Statistics 2020 yang diterbitkan oleh OECD, peningkatan jumlah kasus baru sengketa *transfer pricing* adalah sebanyak 1.100 kasus pada tahun 2019. Pada tahun 2020 meski dalam keadaan pandemi, jumlah kasus baru masih tetap tinggi. Sebanyak 2.508 kasus sengketa *transfer pricing* baru yang terjadi selama tahun 2020. Jumlah kasus praktik *transfer pricing* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: news.ddtc.co.ic (2021)

**Gambar 1 Jumlah Kasus *Transfer Pricing* dan Kasus Lainnya**

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa kasus *transfer pricing* dari tahun 2016-2020 terus mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Direktorat Jenderal Pajak menyampaikan bahwa tren peningkatan kasus *transfer pricing* ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah jenis transaksi yang semakin banyak dan kompleks. Adanya kasus *transfer pricing* ini mengakibatkan dampak negatif atas penerimaan negara menjadi berkurang.

Praktek *transfer pricing* juga pernah dilakukan oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yaitu pada PT Nestle. Pada tahun 2013 PT Nestle melakukan penghindaraan pajak dengan cara *transfer pricing* yang bertujuan untuk meningkatkan laba pusat, sehingga terjadi perputaran uang yang cukup besar dalam laporan keuangannya. Semua itu dilakukan PT Nestle dengan sengaja untuk dapat menekan biaya perolehan produk dan beban pajak. Diperkirakan negara dirugikan sebesar Rp 800 miliar (news.ddtc.co.id, 2017). Selain kasus UNVR, perusahaan dengan kode saham CEKA atau PT. Wilmar Group diduga melakukan penggelapan pajak senilai Rp 500 miliar dengan modus mendirikan

perusahaan (72 perusahaan) di wilayah berbeda yang memiliki usaha di bidang sawit (trading, minyak goreng dan turunannya). Penggelapan pajak tersebut dilakukan dengan cara transaksi fiktif antar perusahaan dalam grup, merekayasa laporan keuangan dan melakukan *transfer pricing* antar grup (news.okezone.com, 2013).

Terlihat jelas dampak negatif atas penerimaan negara akibat praktik *transfer pricing*, namun tidak jarang pemerintah kalah saat mengajukan banding ke pengadilan pajak. Kurangnya sumber daya manusia yang memahami mengenai *transfer pricing* dan minimnya pemeriksa pajak yang memahami mengenai *transfer pricing* dalam Direktorat Jenderal Pajak menyebabkan pemeriksaan terhadap perusahaan yang terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* juga sangat terbatas. Sehingga perusahaan dapat memanfaatkan celah-celah yang ada untuk melakukan praktik *transfer pricing* ini.

*Transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor beban pajak. Beban pajak yang terlalu besar yang harus dibayarkan kepada negara dapat mengakibatkan perusahaan memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat menekan dan atau meminimalkan besarnya beban pajak yang harus dibayarkan (Fitri, 2018). Menurut Khotimah (2018) beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan ataupun badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai salah satu sektor penerimaan pendapatan negara.

Perusahaan melakukan berbagai macam usaha untuk melakukan pengelakan pajak dengan mengurangi biaya pajak yang harus disetorkan ke kas negara. Dengan demikian, penghindaran pajak menyebabkan negara merugi puluhan hingga ratusan miliar rupiah setiap tahunnya dalam pendapatan negara sektor pajak. Di sisi lain, perusahaan melihat bahwa penghindaran pajak dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada perusahaan (Hartika & Rahman, 2020). Transaksi rekayasa pajak pada *transfer pricing* dilakukan dengan cara mengalihkan keuntungan ke perusahaan cabang yang berada di negara tarif pajak rendah (*tax-haven country*). Cara mengalihkan keuntungan diantaranya dengan merekayasa harga penjualan dan atau harga pembelian menjadi lebih rendah atau lebih tinggi daripada harga pasar (Achmadiyah, 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prananda dan Triyanto (2020) mengatakan bahwa secara parsial beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, namun penelitian Khotimah (2018) mengatakan bahwa beban pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

Selain beban pajak, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Menurut Ayshinta et al. (2019) *tunneling incentive* merupakan perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer baik aset maupun laba perusahaan demi keuntungan pribadi mereka dengan penetapan biayanya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* merupakan masalah keagenan terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali untuk keputusan daripada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas (Nugraha, 2016).

Contoh kegiatan *tunneling* adalah menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan akan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi. Karena Perusahaan lebih memilih transaksi pihak terkait untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen, perusahaan yang terdaftar harus membagikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang minoritas lainnya. *Tunneling* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Khotimah, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jafri dan Mustikasri (2018) mengatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing*.

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menentukan apakah melakukan atau tidak melakukan praktik *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Bonus merupakan

penghargaan yang diberikan RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Mekanisme pemberian bonus merupakan sebuah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer dan direksi apabila target laba yang sudah ditetapkan dapat terpenuhi. Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pada karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi (Sentiawati, 2022).

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penelitian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik. Penghargaan tersebut dapat berupa bonus. Pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan (Tania & Kurniawan, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ravensky dan Akbar (2021) mengatakan bahwa secara parsial mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*

Berdasarkan fenomena dan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, diketahui masih terdapat inkosisten hasil penelitian. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan menggunakan tema yang sama berkaitan dengan *transfer pricing* sehingga penelitian ini mengambil judul **"Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021"**.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Teori Akuntansi Positif

Menurut Scott (2012:306) teori akuntansi positif adalah sebuah teori yang mencoba untuk membuat prediksi yang bagus dari kejadian dunia nyata. Teori akuntansi positif berkaitan dengan memprediksi tindakan, seperti misalnya pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer (agen) di suatu perusahaan dan bagaimana respon manajer terhadap standar akuntansi baru yang diusulkannya itu. Berdasarkan teori akuntansi positif, hal tersebut akan memunculkan adanya aliran positif dari beberapa ahli. Teori akuntansi positif menjelaskan sehubungan dengan fenomena akuntansi yang diamati berdasarkan pada alasan-alasan yang menyebabkan suatu peristiwa yang terjadi. Jadi teori akuntansi positif bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi konsekuensi yang terjadi jika manajer menentukan pilihan kebijakan akuntansi tertentu. Dasar atas penjelasan dan prediksi itu adalah pada proses kontrak atau hubungan keagenan antara manajer dengan kelompok lain, seperti investor, kreditor, auditor, pihak pengelola pasar modal dan institusi pemerintah (Setyawan & Harnovinsah, 2016).

#### Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan yang terjalin antara agen (manajer) dan prinsipal (pemilik) apabila keduanya terikat dalam suatu kontrak. Agen terikat kontrak dalam menjalankan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal. Prinsipal terikat kontrak untuk memberikan imbalan kepada agen. Prinsipal memberikan kewenangan dan otoritas kepada agen untuk melaksanakan perusahaan guna kepentingan prinsipal. Dalam wewenang dan tanggung jawabnya agen ataupun prinsipal diatur di dalam kontrak kerja dengan persetujuan bersama, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari prinsipal kepada agen. Akibatnya tidak menutup kemungkinan terjadi tindakan oportunistik, dalam artian agen tidak selalu melakukan terbaik demi kepentingan prinsipal.

Konflik kepentingan terjadi dikarenakan terdapat asimetri informasi di antara kedua pihak yaitu agen dan prinsipal. Asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana terdapat ketidakseimbangan perolehan informasi antar pihak manajemen sebagai penyedia informasi dengan

pihak pemegang saham dan *stakeholder* sebagai pengguna informasi. Cara untuk mengatasi konflik keagenan tersebut maka harus ditetapkan tata kelola perusahaan yang baik oleh pihak manajemen. Dalam penelitian untuk meminimalisir konflik keagenan dapat dikurangi dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen dan kepemilikan saham institusional.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Khotimah (2018) menguji 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). Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu pada variabel dan tahun yang diteliti. Penelitian penulis tidak menggunakan variabel ukuran perusahaan. Tahun penelitian yang diteliti dalam penelitian penulis yaitu 2019-2021.

Penelitian oleh Rahayu, Masitoh dan Wijayanti (2020) menguji Pengaruh Beban Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel beban pajak dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel *exchange rate*, *tunneling incentive* dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu pada variabel dan tahun yang diteliti. Penelitian penulis tidak menggunakan variabel *exchange rate*, profitabilitas dan *leverage*. Tahun penelitian yang diteliti dalam penelitian penulis yaitu 2019-2021.

Penelitian yang dilakukan oleh Ravensky dan Akbar (2021) menguji 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). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial beban pajak dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan variabel mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Secara simultan beban pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu pada variabel dan tahun yang diteliti. Penelitian penulis tidak menggunakan variabel ukuran perusahaan. Tahun penelitian yang diteliti dalam penelitian penulis yaitu 2018-2020.

### Pengaruh Antar Variabel

#### Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Praktik *transfer pricing* masih menjadi salah satu alternatif penghindaran pajak perusahaan agar dapat meminimalkan besarnya beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara dengan memanipulasi laporan keuangan dan merekayasa penetapan harga transfer antar perusahaan dalam satu grup yang sama memiliki hubungan istimewa. Pajak harus dibayar perusahaan kepada pemerintah, semakin tinggi pajak yang harus dibayar perusahaan, maka semakin besar juga pengeluaran untuk membayar pajak. Suatu perusahaan tidak ingin pendapatannya berkurang, oleh karena itu perusahaan melakukan *transfer pricing* dimana pendapatan yang di dapat sebagian ditransfer ke perusahaan yang memiliki relasi dengan perusahaan tersebut. Sehingga terlihat seperti perusahaan tidak memperoleh pendapatan yang besar (Ravensky & Akbar, 2021).

#### Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

*Tunneling* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Sarifah et al., 2019). *Transfer pricing* dengan mudah terjadi melalui sebuah upaya untuk memindahkan aset atau laba yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga laba yang

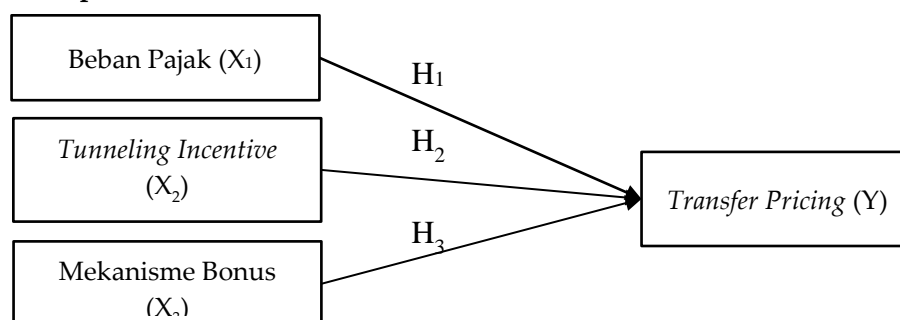


dihasilkan perusahaan menjadi lebih rendah. Proses pemindahan aset atau laba yang dihasilkan akan menurunkan keuntungan yang diperoleh *minority shareholders*, sehingga mereka mengalami penurunan kesejahteraan yang diberikan perusahaan. Praktik memindahkan aset atau laba yang dilakukan oleh manajer akibat dorongan *majority shareholder* merupakan satu pemicu utama terjadinya *transfer pricing*. Tindakan *tunneling incentive* melalui upaya pemindahan tersebut, akan mendorong *majority shareholders* untuk mendapatkan keuntungan lebih sehingga mereka melakukan tindakan *transfer pricing* (Jafri & Mustikasri, 2018).

### Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme pemberian bonus merupakan sebuah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer dan direksi apabila target laba yang sudah ditetapkan dapat terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus ini akan mengakibatkan manajer melakukan tindak manipulatif atas data laporan keuangan agar terlihat bahwa laba telah tercapai dan nantinya manajer lah yang akan menikmati pemberian bonus tersebut (Prananda & Triyanto, 2020). Dalam melakukan penilaian kinerja atas kinerja manajer dan juga direksi, pemilik perusahaan mempertimbangkan pencapaian yang telah diraih oleh manajer dan direksi. Penilaian atas pencapaian laba secara keseluruhan membuat manajer dan direksi akan berupaya penuh dalam memaksimalkan laba perusahaan dengan menerapkan praktik *transfer pricing* (Hartati et al., 2015).

### Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

### Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kerangka konseptual dan didukung dengan teori yang ada maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
- H<sub>2</sub> : *Tunneling incentive* positif dan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
- H<sub>3</sub> : Mekanisme bonus positif dan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

## METODE

### Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2021. Menurut Sugiyono (2015:41) menjelaskan bahwa objek penelitian adalah sasaran untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Beban Pajak ( $X_1$ ), *Tunneling Incentive* ( $X_2$ ), Mekanisme Bonus ( $X_3$ ) dan *Transfer Pricing* ( $Y$ ).

## Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Sugiyono, 2015:80). Populasi juga merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2021 sebanyak 51 perusahaan.

## Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Artinya bahwa populasi yang akan dijadikan sesuai dengan yang dikehendaki. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Perhitungan Sampel**

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021	51
Perusahaan yang tidak memiliki transaksi piutang kepada pihak berelasi selama periode penelitian secara berturut-turut	(13)
Jumlah perusahaan	38
3 (Tiga) tahun periode penelitian	114
<b>Jumlah Observasi</b>	<b>114</b>

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 38 perusahaan dengan periode penelitian selama 3 tahun. Oleh karena itu, total observasi secara keseluruhan adalah sebanyak 114 data.

## Definisi Operasionalisasi Variabel

### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* yang diukur dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak berelasi dan pembelian kepada pihak yang berelasi. Menurut Herawaty dan Anne (2019) *Transfer pricing* atau penentuan harga transfer merupakan suatu kebijakan yang digunakan dalam menentukan besarnya harga transfer atas suatu transaksi yang melibatkan penjualan atau pembelian atas barang, jasa, *intangible assets*, maupun transaksi finansial lainnya yang dilakukan perusahaan. Rumus untuk menghitung *transfer pricing* adalah sebagai berikut (Ravensky & Akbar, 2021):

$$\text{Transfer pricing} = \frac{\text{Piutang kepada pihak berelasi}}{\text{Total piutang}} \times 100\%$$

### Variabel Independen

#### Beban Pajak

Menurut Khotimah (2018) beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan maupun badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai salah satu sektor penerimaan pendapatan negara. Salah satu cara untuk mengukur seberapa baik sebuah perusahaan mengelola pajaknya adalah dengan melihat tarif pajak efektifnya *Effective Tax Rate/ ETR* (Hanum & Zulaikha, 2013). Rumus untuk menghitung beban pajak dapat menggunakan:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak kini} - \text{Beban pajak tangguhan}}{\text{Laba kena pajak}}$$

### **Tunneling Incentive**

Menurut Riyadi dan Kresnawati (2021) *tunneling incentive* yaitu insentif yang didapat dari pengalihan aset dan laba perusahaan oleh pemegang saham mayoritas namun pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya. Salah satu bentuk *tunneling* adalah peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa. Munculnya *tunneling* karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Rumus untuk menghitung beban pajak dapat menggunakan:

$$\text{TNC} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

### **Likuiditas**

Menurut Refgia (2017) mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Rumus untuk menghitung mekanisme bonus dapat menggunakan:

$$\text{Mekanisme bonus} = \frac{\text{Laba bersih}_t}{\text{Laba bersih}_{t-1}} \times 100\%$$

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka yaitu dengan menggunakan berbagai literatur seperti buku, jurnal, artikel, skripsi dan literatur lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumentasi dilakukan dengan menggunakan data laporan keuangan perusahaan multinasional yang diterbitkan pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) [www.idx.ac.id](http://www.idx.ac.id) atau melalui website perusahaan.

### **Analisis Regresi Data Panel**

Regresi digunakan untuk menguji kekuatan hubungan antara 3 variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variable-variabel tersebut. Model regresi yang digunakan penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variable independent dan variable dependen. Adapun rumus persamaannya:

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

Keterangan :

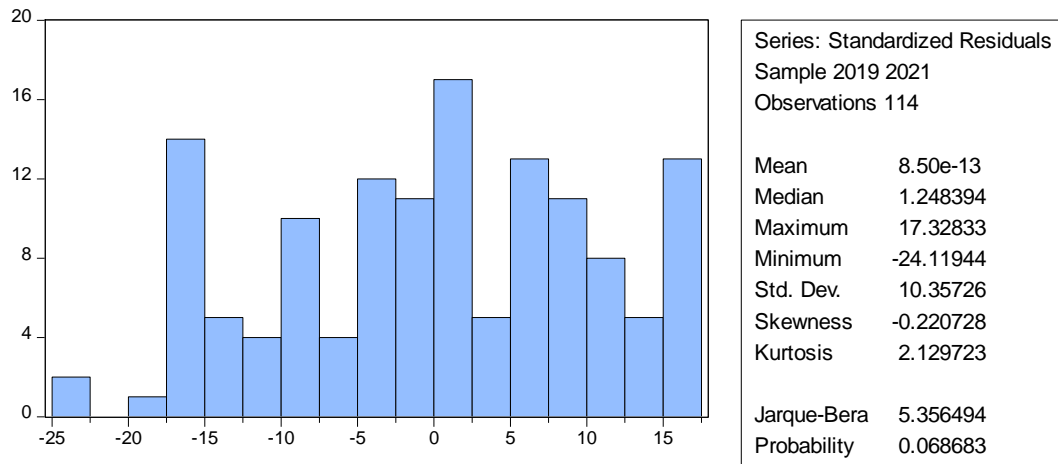
- Y : Kinerja Keuangan Perusahaan
- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X<sub>1</sub> : Beban Pajak
- X<sub>2</sub> : *Tunneling Incentive*
- X<sub>3</sub> : Mekanisme Bonus
- ε : *Error term*



**PEMBAHASAN**

**Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**



Sumber: Hasil Penelitian (2023)

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar diatas, diketahui nilai probabilitas sebesar 0,068683 dan standar toleransi kesalahan yaitu sebesar 5%. Dilihat dari nilai probabilitas  $0,068683 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	29.04487	5.273444	5.507762	0.0000
BEBAN_PAJAK	-0.537628	1.525050	-0.352531	0.7251
TUNNELING_INCENTIVE	0.537151	7.968456	0.067410	0.9464
MEKANISME_BONUS	0.000112	7.35E-05	1.523886	0.1304

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai signifikansi untuk masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

- Nilai signifikansi untuk variabel beban pajak ( $X_1$ ) sebesar  $0,7251 > 0,05$  sehingga beban pajak dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- Nilai signifikansi untuk variabel *tunneling incentive* ( $X_2$ ) sebesar  $0,9464 > 0,05$  sehingga *tunneling incentive* dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- Nilai signifikansi untuk variabel mekanisme bonus ( $X_3$ ) sebesar  $0,1304 > 0,05$  sehingga mekanisme bonus dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

	Beban Pajak	Tunneling Incentive	Mekanisme Bonus
Beban Pajak	1.000000	-0.145486	0.057522
Tunneling Incentive	-0.145486	1.000000	0.019477
Mekanisme Bonus	0.057522	0.019477	1.000000

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas, dikarenakan hasil penelitian antara variabel independen tidak melebihi dari 0,8.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

R-squared	0.004522	Mean dependent var	9.634313
Adjusted R-squared	-0.022627	S.D. dependent var	17.86578
S.E. of regression	18.06678	Sum squared resid	35904.92
F-statistic	0.166578	Durbin-Watson stat	1.452293
Prob(F-statistic)	0.918702		

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dengan melakukan Uji *Durbin-Watson* (*DW test*). Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *Durbin-Watson* pada penelitian ini adalah sebesar 1,452293. Nilai tersebut berada diantara nilai toleransi di dalam uji autokorelasi yaitu -2 dan 2. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala autokorelasi, karena nilai *Durbin-Watson* berada diantara -2 dan 2.

### Penentuan Estimasi Regresi Data Panel

#### Uji Chow

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.884967	(37,73)	0.0000
Cross-section Chi-square	194.410479	37	0.0000

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai *probability* pada uji chow sebesar 0,0000. Nilai tersebut berada di bawah nilai standar toleransi kesalahan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Maka dari itu, berdasarkan hasil uji chow model terbaik di dalam penelitian ini adalah model *Fixed Effect Model* (FEM), sehingga perlu dilakukan uji hausman untuk memilih model terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM).

#### Uji Hausman

Untuk menentukan model yang paling baik antara FEM atau REM dengan uji hausman. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji hausman yaitu dengan melihat nilai *probability*, jika hasil uji hausman signifikan (*probability* < 0,05) maka model yang dipilih adalah FEM dan sebaliknya. Adapun hasil uji hausman di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Hausman**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.035144	3	0.7927

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai probabilitas pada *cross-section random* sebesar 0,7927. Artinya nilai *probability cross section random* > 0,05, sehingga dapat disimpulkan model terbaik yang digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

#### Uji Lagrange Multiplier (LM Test)

Uji LM atau juga disebut sebagai *Lagrangian Multiplier Test* merupakan pengujian untuk memilih model yang terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM).

Menurut Gujarati dan Porter (2012:481) mengatakan bahwa dasar pengambilan keputusan pada uji LM yaitu dengan melihat nilai *probability*. Jika nilai *cross section Breusch-Pagan* > 0.05 maka model yang digunakan adalah *common effect model* dan sebaliknya. Adapun hasil uji LM di dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji LM**

	Cross-section	Test Hypothesis Time	Both
Breusch-Pagan	45.07281	0.851113	45.92392
	(0.0000)	(0.3562)	(0.0000)
Honda	6.713629	-0.922558	4.094905
	(0.0000)	(0.8219)	(0.0000)
King-Wu	6.713629	-0.922558	1.054776
	(0.0000)	(0.8219)	(0.1458)
Standardized Honda	7.01757	-0.640004	0.810015
	(0.0000)	(0.7386)	(0.2090)
Standardized King-Wu	7.017507	-0.640004	-1.109382
	(0.0000)	(0.7386)	(0.8664)
Gourieroux, et al.	-	-	45.07281
			(0.0000)

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai *Both Breusch-Pagan* pada uji LM sebesar 0, 0000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM).

### Estimasi Regresi Data Panel

**Tabel 8**  
**Hasil Estimasi Regresi Data Panel dengan *Random Effect Model* (REM)**

Variable	Coefficient	Std. Error	T-Statistic	Prob.
C	22.08349	14.50377	1.522604	0.1307
Beban_Pajak	0.078320	1.659867	1.987185	0.0245
Tunneling_Incentive	12.81037	21.85485	0.586157	0.5590
Mekanisme_Bonus	3.10E-05	8.43E-05	1.986825	0.0134
R-Squared	0.004522	Mean Dependent Var		7.129630
Adjusted R-Squared	-0.022627	S.D. Dependent Var		13.35623
S.E. Of Regression	18.06678	Sum Squared Resid		11843.42
F-Statistic	0.166578	Durbin-Watson Stat		1.412452
Prob(F-Statistic)	0.918702			

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 22,08349 + 0,078320X_1 + 12,81037X_2 + 0,0000310X_3$$

1. Nilai konstanta bernilai sebesar 22,08349, artinya bahwa variabel beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus bernilai konstanta atau dianggap nol maka *transfer pricing* akan mempunyai nilai sebesar 22,08349.
2. Beban pajak ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap *transfer pricing* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,078320. Hal ini menunjukkan bahwa jika beban pajak mengalami kenaikan sebesar 1% menyebabkan *transfer pricing* meningkat sebesar 7,832%.
3. *Tunneling incentive* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap *transfer pricing* dengan nilai

- koefisien regresi sebesar 12,81037. Hal ini menunjukkan bahwa jika *tunneling incentive* mengalami kenaikan sebesar 1% menyebabkan *transfer pricing* meningkat sebesar 1.281,037%.
4. Mekanisme bonus ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap *transfer pricing* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,0000310. Hal ini menunjukkan bahwa jika mekanisme bonus mengalami kenaikan sebesar 1% menyebabkan *transfer pricing* meningkat sebesar 0,0031%.

### Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	22.08349	14.50377	1.522604	0.1307
Beban_Pajak	0.078320	1.659867	1.987185	0.0245
Tunneling_Incentive	12.81037	21.85485	0.586157	0.5590
Mekanisme_Bonus	3.10E-05	8.43E-05	1.986825	0.0134

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

#### 1. Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan aplikasi *Eviews 10*, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari beban pajak sebesar 1,987185 dengan signifikan 0,0245. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 1,987185 > t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,0245 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,078320. Maka keputusan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

#### 2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan aplikasi *Eviews 10*, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari *tunneling incentive* sebesar 0,586157 dengan signifikan 0,5590. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 0,586157 < t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,5590 > 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 12,81037. Maka keputusan  $H_2$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

#### 3. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan aplikasi *Eviews 10*, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari mekanisme bonus sebesar 1,986825 dengan signifikan 0,0134. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 1,986825 > t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,0134 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,0000310. Maka keputusan  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

### Pembahasan

#### Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari beban pajak sebesar 1,987185 dengan signifikan 0,0245. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 1,987185 > t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,0245 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,078320. Maka keputusan  $H_1$  diterima,

sehingga dapat disimpulkan bahwa beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya beban pajak dapat mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan praktik *transfer pricing* agar dapat menekan beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara, dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain untuk menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu perusahaan. Karena semakin tinggi beban pajak yang harus dibayar perusahaan, maka semakin besar juga pengeluaran untuk membayar pajak.

Praktik *transfer pricing* masih menjadi salah satu alternatif penghindaran pajak perusahaan agar dapat meminimalkan besarnya beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara dengan memanipulasi laporan keuangan dan merekayasa penetapan harga transfer antar perusahaan dalam satu grup yang sama memiliki hubungan istimewa. Suatu perusahaan tidak ingin pendapatannya berkurang, oleh karena itu perusahaan melakukan tindakan *transfer pricing* dimana pendapatan yang didapat sebagian di transfer ke perusahaan yang memiliki relasi dengan perusahaan tersebut. Sehingga terlihat seperti perusahaan tidak memperoleh pendapatan yang besar (Ravensky & Akbar, 2021).

Pada teori akuntansi positif terdapat berbagai macam motif untuk mendorong profit dari perusahaan. Salah satu motif tersebut adalah untuk memanipulasi pajak perusahaan. Selain pajak memiliki sifat memaksa sehingga pemerintah mewajibkan suatu perusahaan untuk membayar pajak yang tentunya membuat perusahaan merasa mendapatkan tekanan karena harus secara rutin membayar pajak kepada negara. Sehingga manajer memilih melakukan cara untuk meminimalkan pembayaran pajak yaitu dengan *transfer pricing* ke grup perusahaannya yang ada di negara lain agar pajak yang dibayar oleh perusahaan dapat seminimal mungkin (Usmar, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hartika dan Rahman (2020) yang mengatakan bahwa beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Prananda dan Triyanto (2020), dan Rahayu et al. (2020) yang mengatakan bahwa beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing**

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari *tunneling incentive* sebesar 0,586157 dengan signifikan 0,5590. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 0,586157 < t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,5590 > 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 12,81037. Maka keputusan  $H_2$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham terbesar tidak mempengaruhi manajemen dalam melakukan *transfer pricing*. Hal tersebut mungkin disebabkan karena manajemen berusaha untuk menstabilkan keuntungan perusahaan dengan *transfer pricing* tanpa menimbulkan konflik dalam perusahaan. Menurut Koestaman dan Diyanty (2013) mengatakan semakin tinggi ekspropriasi (pengambilalihan sumber daya) yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali, maka akan menyebabkan dividen kas yang dibayarkan semakin rendah. Sehingga akan menimbulkan konflik antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas, dimana konflik ini akan berdampak pada kegiatan operasional dan investasi perusahaan.

*Tunneling* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Sarifah et al., 2019).

*Transfer pricing* dengan mudah terjadi melalui sebuah upaya untuk memindahkan aset atau laba yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan menjadi lebih rendah.

Proses pemindahan aset atau laba yang dihasilkan akan menurunkan keuntungan yang diperoleh *minority shareholders*, sehingga mereka mengalami penurunan kesejahteraan yang diberikan perusahaan. Praktik memindahkan aset atau laba yang dilakukan oleh manajer akibat dorongan *majority shareholder* merupakan satu pemicu utama terjadinya *transfer pricing*. Tindakan *tunneling incentive* melalui upaya pemindahan tersebut, akan mendorong *majority shareholders* untuk mendapatkan keuntungan lebih sehingga mereka melakukan tindakan *transfer pricing* (Jafri & Mustikasri, 2018).

Menurut Jensen dan Meckling contoh *tunneling* adalah menahan dividen, mentransfer aset dari perusahaan yang mereka kendalikan ke perusahaan yang dimiliki oleh *majority shareholders* atau masih satu grup dengan *majority shareholders* dengan mengesampingkan kewajaran harga dan menempatkan keluarga atau saudaranya menjabat posisi penting dalam perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi (Jafri & Mustikasri, 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khotimah (2018) yang mengatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Rahayu et al. (2020) yang mengatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

### **Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing**

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari mekanisme bonus sebesar 1,986825 dengan signifikan 0,0134. Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini dihitung dengan  $df = 114 - 4$  adalah sebesar 1,98177 dengan signifikan 0,05. Dilihat dari nilai  $t_{hitung} 1,986825 > t_{tabel} 1,98177$  dan nilai signifikan  $0,0134 < 0,05$  dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,0000310. Maka keputusan  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Dalam hal ini, pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya. Untuk itu, para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan tindakan *transfer pricing*.

Pemberian bonus kepada manajemen merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan motivasi manajemen perusahaan atau direksi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Disisi lain manajemen akan berupaya untuk dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, karena dengan peningkatan kinerja perusahaan tentu dapat mempengaruhi perolehan bonus yang akan diterima. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh direksi untuk meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan cara menaikkan laba perusahaan pada setiap tahunnya. Maka cara yang paling mudah untuk diterapkan yaitu dengan melakukan manajemen laba atau biasa disebut dengan merekayasa laporan keuangan. *Transfer pricing* dipercaya merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan laba yang diharapkan (Rachmat, 2019).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rezky dan Fachrizal (2018) yang mengatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Ravensky dan Akbar (2021) yang mengatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.



## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Beban pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya beban pajak dapat mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan praktik *transfer pricing* agar dapat menekan beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara, dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain untuk menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu perusahaan. Karena semakin tinggi beban pajak yang harus dibayar perusahaan, maka semakin besar juga pengeluaran untuk membayar pajak.
2. *Tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* yang diprosikan dengan kepemilikan saham terbesar tidak mempengaruhi manajemen dalam melakukan *transfer pricing*. Hal tersebut mungkin disebabkan karena manajemen berusaha untuk menstabilkan keuntungan perusahaan dengan *transfer pricing* tanpa menimbulkan konflik dalam perusahaan.
3. Mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Dalam hal ini, pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya. Untuk itu, para direksi akan berusaha semaksimal mungkin agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan termasuk dengan cara melakukan tindakan *transfer pricing*.

### Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan informasi yang bermanfaat dan juga sebagai referensi dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi.
2. Bagi perusahaan, diharapkan menggunakan harga yang wajar pada saat melakukan *transfer pricing*, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi negara dan pemegang saham minoritas.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan mengembangkan ruang lingkup penelitian, yaitu dengan penambahan tahun penelitian dan juga variabel yang diteliti seperti ukuran perusahaan dan *multinationality* atau multinasionalitas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Achmadiyah, R. (2013). Transaksi Rekayasa Pajak Pada *Transfer Pricing* Menurut Hukum Islam. **Maliyah, Vol. 3, No. 2.**
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). **Jurnal Eksplorasi Akuntansi, Vol. 1, No. 2.**
- Darussalam, Septriadi, D., & Kristiaji, B. B. (2013). *Transfer Pricing, Ide, Strategi dan Panduan Praktis dalam Perspektif Pajak Internasional*. Danny Darussalam Tax Center, Jakarta.
- Fitri, A. (2018). Pengaruh Beban Pajak, *Intangible Assets*, Profitabilitas, *Tunneling Incentive* dan

- Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI Periode 2014-2016). **JOM Fekon, Vol. 1, No. 1, Hal. 1-14.**
- Gujarati, D., & Poter, D. (2012). **Dasar-Dasar Ekonometrika**. Salemba Empat, Jakarta.
- Hanum, H. R., & Zulaikha. (2013). Pengaruh Karakteristik *Corporate Governance* Terhadap *Effective Tax Rate* (Studi Empiris Pada BUMN Yang Terdaftar di BEI 2009-2011). **Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 2, No. 2.**
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). *Tax Minimization, Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. **Jurnal SNA, Hal. 241-246.**
- Hartika, W., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Beban Pajak dan *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. **Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol. 8, No. 3.**
- Herawaty, V., & Anne, A. (2019). Pengaruh Tarif Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentives* Terhadap Pergeseran Laba Dalam Melakukan *Transfer Pricing* Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. **Jurnal Akuntansi Trisakti.**
- J Jafri, H. E., & Mustikasri, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, *Tunneling Incentive* dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Memiliki Hubungan Istimewa Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. **Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 3, No. 2.**
- 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, Vol. 1, No. 12.**
- Koestaman, E., & Diyanty, V. (2013). Pengaruh Kepemilikan Pengendali Akhir terhadap Kebijakan Dividen Kas dengan Kepemilikan Keluarga dan Mekanisme *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi. **Simposium Nasional Akuntansi XVI, Manado.**
- Melmusi, Z. (2016). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Jakarta *Islamic Index*. **Jurnal EKOBISTEK.**
- Nugraha, A. K. (2016). **Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia.** Universitas Negeri Semarang.
- Prananda, R. 'Aisy, & Triyanto, D. N. (2020). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, *Exchange Rate* dan Kepemilikan Asing Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*. **Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol. 9, No. 2.**
- Rachmat, R. A. H. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan *Transfer Pricing*. **Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan, Vol. 7, No. 1.**
- Rahayu, T. T., Masitoh, E., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Beban Pajak, *Exchange Rate, Tunneling Incentive*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. **Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI), Vol. 5, No. 1.**
- 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). **Seminar Nasional Perbanas Institute, Vol. 79.**
- Refgia, T. (2017). 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 Fakultas Ekonomi Universitas Riau, Vol. 4, No. 1.**
- 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), Vol. 3, No. 3.**
- Riyadi, F. D., & Kresnawati, E. (2021). Keputusan Harga Transfer: Peran *Tunneling Incentive* dan Minimasi Pajak. **Jurnal AKUNTABILITAS, Vol. 15, No. 1.**
- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). Dampak *Effective Tax Rate (ETR)*, *Tunneling Incentive (TNC)*, Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. **Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika, Vol. 9, No. 2.**
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory* (6 th ed). Prentice-Hall International, Inc, New Jersey.
- Sentiawati, R. (2022). **Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Penerapan *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) Periode 2017-2019).** Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Setyawan, B., & Harnovinsah. (2016). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Profitabilitas dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). **Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol.1, No. 1.**
- Sugiyono. (2015). **Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*).** Alfabeta, Bandung.
- Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Keputusan *Transfer Pricing*. **Jurnal TECHNOBIZ, Vol. 3, No. 6.**
- Usmar, D. (2014). Tinjauan Teori Akuntansi Positif Terhadap Fenomena *Creative Accounting*. *Jurnal Wawasan dan Riset Akuntansi (JAWARA)*, Vol. 12, 2.