

Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Della Feby Rizanti¹, Lilis Karlina^{2*}

Universitas Pamulang, Indonesia

dellfeb29@gmail.com¹, dosen02470@unpam.ac.id²

Submitted: 12th February 2024 | **Edited:** 20th April 2024 | **Issued:** 01st May 2024

Cited on: Rizanti, D. F., & Karlina, L. (2024). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 499-512.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of taxes, bonus mechanisms and tunneling incentives on transfer pricing in industrial sector companies listed on the IDX for the 2018-2022 period. The total research population was 63 samples taken from 12 industrial sector companies over a 5 year period. industrial companies listed on the IDX using a purposive sampling method. Research data was analyzed using panel data regression analysis. This research obtained using Eviews 12 shows that the simultaneous variables of tax, bonus mechanism, and tunneling incentive have a significant effect on transfer pricing. Partially, taxes have a significant effect on transfer pricing, bonus mechanisms have a significant effect on transfer pricing, and Tunneling Incentive has a significant effect on transfer pricing.

Keywords: Tax, Bonus Mechanisms, Financial Performance, Transfer Pricing, Mining Sector

PENDAHULUAN

Corona Virus Disease 2019 atau biasa dikenal dengan *Covid-19* adalah penyakit menular jenis baru yang disebabkan oleh virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*. Kasus ini memberikan dampak yang sangat besar bagi Indonesia. Salah satunya adalah bidang perekonomian. Pada Triwulan I tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan sebesar 2,97%. Di mana sebelumnya pada Triwulan yang sama di tahun 2019 pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 5,07% (BPS, 2020). Penurunan ini terus berlanjut sampai akhir tahun 2020. Banyak perusahaan yang mengalami ketidakstabilan ekonomi sehingga berdampak dalam proses bisnis perusahaan tersebut. Salah satunya perusahaan perdagangan besar (*wholesale: durable and nondurable goods*) (Putri, 2022).

Berdasarkan data laporan dari Badan Pusat Statistik menunjukkan pertumbuhan ekonomi Produk Domestik Bruto tahun 2020 perusahaan perdagangan besar pada Triwulan I sampai Triwulan III berturut-turut 1,6%, -7,6%, dan -5,0%. Ini menunjukkan

persentase yang tidak stabil disebabkan sedang berada di masa adaptasi kebiasaan baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah dengan penerimaan pajak. Pajak merupakan sumber anggaran pendapatan negara yang paling pokok dan merupakan hal yang paling diprioritaskan. Peranan pajak bagi Indonesia sangat berpengaruh besar dalam penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) setiap tahunnya dikarenakan pajak adalah salah satu pendapatan utama untuk membiayai segala macam kebutuhan khususnya pembangunan sarana dan prasarana untuk kepentingan masyarakat umum (www.kompas.id).

Indonesia membutuhkan pemasukan yang besar untuk melaksanakan berbagai pembangunan dan rencana pemerintahan. Pembangunan negara saat ini terlihat sangat pesat dilakukan untuk upaya mengurangi kesenjangan yang ada di berbagai wilayah Indonesia guna memberikan kesejahteraan kepada masyarakat Indonesia. Tingkat pembangunan yang tinggi berbanding lurus dengan kebutuhan pendanaan nasional sehingga perlu dimaksimalkan. Pajak menjadi salah satu sumber pendapatan (APBN) terbesar bagi negara dan memiliki peran penting untuk mendukung jalannya perekonomian Indonesia (www.kemenkeu.go.id). Pajak termasuk salah satu sumber dalam pendapatan negara yang memberi peran besar dan menjadi pendapatan dengan sektor tertinggi bila dibanding dengan sumber sektor pendapatan negara yang lain sehingga menjadikan pajak dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara.

Tabel 1. Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2018-2022 (miliar Rupiah)

Sumber Penerimaan	2018	2019	2020	2021
Penerimaan Perpajakan	1.518.790	1.546.142	1.285.136	1.375.833
Penerimaan Bukan Pajak	409.320	408.994	343.814	357.210
Hibah	15.565	5.497	18.833	2.700
Jumlah	1.943.675	1.960.633	1.647.783	1.735.743

Sumber : www.bps.go.id, 2024

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan bahwa jumlah pendapatan atau penerimaan negara terbesar diperoleh dari penerimaan pajak. Hal ini memberikan gambaran bahwa diperlukannya partisipasi dan peran aktif semua pihak, baik itu wajib pajak badan maupun pribadi serta pemerintah mengenai pentingnya patuh membayar pajak dalam rangka menjaga kedaulatan dan upaya peningkatan pembangunan yang berkesinambungan di Indonesia. Pajak diakui sebagai beban yang harus dibayar bagi para wajib pajak. Wajib pajak pribadi maupun badan dikenakan pajak atas penghasilan yang diterima. Adanya pungutan pajak secara otomatis akan mengurangi total

pendapatan atau laba bersih yang diterima oleh wajib pajak (Karlina, 2021). Pajak memiliki beberapa fungsi yaitu fungsi *budgetair* sebagai sumber keuangan negara yang berfungsi untuk pembiayaan berbagai pengeluaran pemerintah, baik rutin maupun pembangunan yang dilakukan untuk negara. Sedangkan fungsi *regularend* sebagai fungsi pengatur, pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial maupun ekonomi serta untuk mencapai tujuan tertentu di luar bidang keuangan (Resmi, 2019).

LANDASAN TEORI

Teori Agensi

Organisasi merupakan jaringan kontraktual antara prinsipal dan agen. Proses ini melibatkan pendelegasian sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen. Teori agensi berkaitan dengan *utility maximizers* dimana ada kesempatan yang lebih besar untuk setiap pihak dalam memaksimalkan kepentingan sendiri. Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antar anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama (Jensen & Meckling, 1976).

Transfer Pricing

Transfer Pricing dapat digunakan sebagai instrumen yang bisa digunakan dalam memaksimalkan keuntungan dengan menentukan harga produk atau jasa oleh unit organisasi lain yang masih dalam satu perusahaan (*Intra-company Transfer Pricing*) (Wahyudi & Fitriah, 2021). Namun, *Transfer Pricing* berkembang sehingga dalam praktiknya bukan saja melibatkan dalam satu perusahaan, namun adanya kontribusi dari perusahaan multinasional (*Inter-company Transfer Pricing*). Pada umumnya rencana yang dipakai perusahaan multinasional pada praktik *Transfer Pricing* yaitu mentransfer keuntungan mereka dari negara yang memungut pajak tinggi ke negara dengan pungutan pajak yang lebih rendah. *Transfer Pricing* berkaitan dengan nilai moneter yang melekat pada transaksi lintas batas antara pihak-pihak berelasi dari suatu grup yang terkonsolidasi tetapi didirikan di yurisdiksi yang berbeda.

Pajak

Pajak yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 merupakan pajak yang dibayarkan orang atau badan terkait dengan keuntungan yang didapat selama satu tahun pajak. Membayar pajak merupakan bentuk perwujudan sebagai warga negara

yang menunaikan kewajiban untuk pengeluaran negara dan pembangunan nasional. Hal ini terjadi karena hakikatnya pajak sebagai pemasukan negara digunakan untuk mendukung segala pembiayaan termasuk biaya atas pembangunan yang terjadi. Meskipun pemerintah telah banyak menerapkan peraturan mengenai pajak dan mengatur sedemikian rupa tetapi pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang berusaha untuk menghindari pajak dengan memanfaatkan celah aturan (Rifqiyati dkk, 2021).

Mekanisme Bonus

Bonus adalah imbalan yang diberikan secara langsung kepada karyawan disebabkan karena adanya keuntungan yang diperoleh perusahaan, dapat bersifat tidak tetap dan variabel. Pemberian bonus ditentukan oleh pemimpin perusahaan yang terkadang disesuaikan dengan posisi jabatan, salah satu contoh yaitu bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi perusahaan. Biasanya bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi dapat berupa komisi, tunjangan, intensif penjualan dan lain – lain (Mineri & Paramitha, 2021).

Tunneling Incentive

Tunneling Incentive adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas (Fauziah & Saebani, 2018). *Tunneling* dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi/jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual asset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Sedangkan metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara suatu variable dengan variable yang lain. Dalam penelitian jenis ini selalu ada setidaknya dua variable penelitian. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua perusahaan sektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018 – 2022.

Berdasarkan populasi tersebut dapat ditentukan sampel menjadi objek penelitian ini. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria - kriteria tertentu (Febria, 2019).

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian terhadap kenormalan distribusi data. Jika suatu residual model tidak terdistribusi normal, maka uji t kurang relevan digunakan untuk menguji koefisien regresi. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa metode yaitu *histogram residual*, *kolmogorov smirnov*, *skewness kurtosis* dan *jarque-bera*. Jika menggunakan *evIEWS* lebih mudah menggunakan uji *jarque-bera* untuk mendeteksi apakah residual mempunyai distribusi normal. Uji *jarque-bera* didasarkan pada sampel besar yang diasumsikan bersifat *asymptotic* dan menggunakan perhitungan *skewness* dan *kurtosis*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2019). Nilai R yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Hipotesis

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen / terikat (Ghozali, 2019).

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2019). Uji t yaitu untuk menguji hubungan regresi secara parsial, dalam uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel-variabel terikat.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas memperoleh nilai *Jarque-Bera* (JB-Test) sebesar 4,390162 dengan nilai *probability* sebesar 0,111350 lebih besar dari 0,05 (5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diobservasi terdistribusi secara normal.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R-squared*)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.915724	Mean dependent var	0.223199
Adjusted R-squared	0.889505	S.D. dependent var	0.335340
S.E. of regression	0.111470	Akaike info criterion	-1.337811
Sum squared resid	0.559147	Schwarz criterion	-0.814225
Log likelihood	55.13433	Hannan-Quinn criter.	-1.133008
F-statistic	34.92575	Durbin-Watson stat	1.269686
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas, Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi Data Panel ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R-squared*. Nilai *Adjusted R-squared* adalah sebesar 0,889505 yang artinya variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan adalah sebesar 88,95% sedangkan sisanya sebesar 11,05% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa secara

bersama sama variabel Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* dapat menjelaskan variasi variabel *Transfer Pricing* sebesar 88,95%.

Uji F

Tabel 3. Hasil Analisis Uji F

R-squared	0.472685	Mean dependent var	0.982418
Adjusted R-squared	0.460562	S.D. dependent var	0.748999
S.E. of regression	0.550113	Sum squared resid	26.32833
F-statistic	38.99333	Durbin-Watson stat	1.073865
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas, hasil uji F dapat dilihat pada Prob (*F statistic*). Hasil uji F adalah senilai $0,000000 < 0,05$. Ditinjau dari perbandingan antara F hitung dan F tabel, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar $38,98333 > F$ tabel sebesar 2,77. Hal dapat disimpulkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di BEI periode tahun 2018 – 2022.

Uji t

Tabel 4. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.046812	0.328694	-3.184760	0.0026
X1	0.342722	0.163035	2.102144	0.0412
X2	0.003279	0.001568	2.091423	0.0422
X3	3.195901	0.919668	3.475058	0.0011

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah adanya pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* (TP). Pada tabel 4, nilai *probability* Pajak sebesar $0,0412 < \alpha 0,05$. Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar 2,102144 $> t$ tabel 2,00324. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* (TP).

Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah adanya pengaruh Mekanisme Bonus (MB) terhadap *Transfer Pricing* (TP). Pada tabel 4 nilai *probability* Mekanisme Bonus (MB) sebesar $0,0422 < \alpha 0,05$. Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar 2,091423 $> t$ tabel 2,00324. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Mekanisme Bonus (MB) berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing* (TP).

Hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah adanya pengaruh *Tunneling Incentive* (TI) terhadap *Transfer Pricing* (TP). Pada tabel 4 nilai *probability Tunneling Incentive* (TI) sebesar $0,0011 < \alpha 0,05$.

Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar $2,102144 > t$ tabel $2,00324$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Tunneling Incentive* (TI) berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing* (TP).

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan tabel uji pengaruh variabel secara simultan Pajak dan Mekanisme Bonus secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hasil uji F menunjukkan Nilai Prob (*F statistics*) memperoleh nilai sig sebesar $0,000000 < 0,05$ (5%), hal ini menunjukkan bahwa Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan tabel uji pengaruh variabel secara parsial Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Hasil uji t menunjukkan variabel Pajak memperoleh nilai sig sebesar $0,0412 < 0,05$ (5%) . Hal ini menunjukkan bahwa Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *Transfer Pricing*, artinya semakin tinggi rasio Pajak di suatu perusahaan, maka akan meningkatkan potensi tindakan *Transfer Pricing* pada suatu perusahaan.

Penentuan tarif pajak suatu negara erat kaitannya dengan kebijakan pemerintah, dimana terdapat kebijakan pemerintah yang mewajibkan perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal ini pada gilirannya membuat perusahaan mendapatkan tekanan sosial dari pemerintah, dimana perusahaan harus rutin membayar pajak kepada negara, apalagi ketika perusahaan mempunyai kemampuan untuk mencapai keuntungan yang tinggi, maka pajak tersebut harus ditanggung oleh perusahaan juga lebih tinggi. Oleh karena itu, pengelola perusahaan akan cenderung memilih untuk melakukan *Transfer Pricing* kepada grup perusahaannya di negara lain agar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan dapat diminimalisir dengan cara mengalihkan kewajiban pajaknya dari negara yang mempunyai pajak tinggi. Tarif pajak kepada kerabat atau afiliasinya di negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Hal ini biasanya dilakukan dengan meminimalkan harga jual. Hal ini dilakukan untuk memanipulasi laba perusahaan

sehingga laba yang diperoleh perusahaan pada tahun tertentu akan terlihat semakin rendah atau bahkan merugi. Dan hal ini secara tidak langsung akan berdampak pada semakin kecilnya jumlah pajak yang dibayarkan perusahaan kepada negara (Indriaswari & Aprilia, 2020).

Besarnya tarif pajak suatu negara akan menimbulkan peningkatan presentase terjadinya *Transfer Pricing* suatu perusahaan manufaktur yang sengaja dilakukan untuk mengurangi beban pajak perusahaan yang berada pada negara yang menerapkan tarif pajak tinggi kepada perusahaan berelasi yang berada pada negara dengan tarif pajak rendah. Perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak rendah akan mengalami peningkatan laba akibat dari kegiatan *Transfer Pricing* yang dilakukan oleh perusahaan afiliasi yang berada di negara dengan tarif pajak yang tinggi, sehingga secara global pembayaran pajak yang ditanggung oleh perusahaan dapat diminimalkan (Nafiati dkk, 2023).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafiati dkk, 2023) dan (Indriaswari & Aprilia, 2020) yang menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Stiawan, 2022) yang menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan tabel uji pengaruh variabel secara parsial Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hasil uji t menunjukkan variabel Mekanisme Bonus memperoleh nilai sig sebesar $0,0422 < 0.05$ dengan nilai koefisien 0,003279, hal ini menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh positif signifikan terhadap *Transfer Pricing*, dimana Perusahaan yang menerapkan mekanisme bonus yang baik diperusahaannya, maka akan meningkatkan potensi tindakan *Transfer Pricing* pada suatu perusahaan.

Mekanisme bonus merupakan bentuk penghargaan dari pemilik perusahaan kepada manajer dan direksi jika target keuntungan yang telah ditetapkan berhasil dicapai. Mekanisme bonus merupakan bentuk kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai pengakuan atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Bonus yang berdasarkan pada laba merupakan pendekatan yang umum digunakan oleh perusahaan untuk memberikan insentif kepada direksi atau

manajer. Oleh karena itu, berdasarkan tingkat laba, direksi atau manajer memiliki kemampuan untuk memanipulasi laba guna memaksimalkan bonus mereka. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Evaluasi terhadap pencapaian keuntungan secara keseluruhan mendorong manajer dan direksi untuk berusaha maksimal dalam mengoptimalkan keuntungan perusahaan melalui penerapan praktik penetapan harga transfer atau *Transfer Pricing* (Anggraeni dkk, 2023).

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi dengan memberikan kompensasi tambahan yang ditawarkan untuk memberikan penghargaan kepada manajemen maupun direksi didasarkan atas laba perusahaan. Penghargaan kepada manajemen maupun direksi didasarkan atas laba perusahaan. Laba sering dijadikan dasar perhitungan perusahaan dalam memberikan bonus kepada manajemen atau karyawan perusahaan. Sehingga terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan praktik *Transfer Pricing* dengan cara melakukan penjualan terhadap Perusahaan afiliasi untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonustersebut didasarkan pada laba (Denny dkk, 2024).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Denny dkk, 2024) dan (Anggraeni dkk, 2023) yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*, namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Stiawan, 2022) yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan tabel uji pengaruh variabel secara parsial *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hasil uji t menunjukkan variabel Mekanisme Bonus memperoleh nilai sig sebesar $0,0011 < 0,050$ dengan nilai koefisien 3,195901, hal ini menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*, dimana Perusahaan yang menerapkan kebijakan *Tunneling Incentive* yang baik, maka akan meningkatkan potensi tindakan *Transfer Pricing* pada suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indriaswari & Aprilia, 2020) yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Mereka berpendapat bahwa Perusahaan multinasional di Indonesia cenderung memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi sehingga akan

menimbulkan konflik kepentingan antara pemegang saham pengendali asing dan pemegang saham nonpengendali. Dalam hal ini pemegang saham pengendali asing mempunyai hak khusus untuk mengawasi pengurusan di dalam perusahaan sehingga tidak menutup kemungkinan pemegang saham pengendali asing tersebut melakukan penyalahgunaan wewenang seperti melakukan transaksi pihak berelasi dengan menjual produk perusahaan di bawah harga. Harga pasar kepada perusahaan yang masih berada di bawah kendalinya mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan menjadi lebih rendah. Namun ketika perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar, pemegang saham pengendali asing cenderung melakukan *tunneling* melalui *Transfer Pricing* dengan mengalihkan seluruh keuntungan perusahaan untuk kesejahteraan pribadinya dibandingkan harus membagikannya sebagai dividen kepada pemegang saham non pengendali. Dengan kata lain, semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham pengendali asing maka semakin besar pula pengaruh pemegang saham pengendali asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk kebijakan penentuan *Transfer Pricing*.

Tunneling Incentive dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk memperoleh keuntungan pribadi yaitu pengalihan sumber daya keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. *Tunneling* ini dilakukan perusahaan dengan tujuan meminimalkan biaya transaksi. Dengan melakukan *tunneling* kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa maka biaya dapat ditekan sehingga lebih hemat dibandingkan dengan pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Selain itu, perusahaan melakukan tunneling dengan tujuan memanipulasi keuntungan. Entitas yang kepemilikannya terkonsentrasi pada satu pihak kemungkinan besar akan melakukan *tunneling* melalui transaksi *Transfer Pricing*. Jika pemegang saham mempunyai kepemilikan yang besar pada suatu perusahaan, maka otomatis mereka juga menginginkan *return* atau dividen yang besar. Sehingga pemegang saham mayoritas lebih memilih melakukan *Transfer Pricing* dengan cara mengalihkan kekayaan perusahaan untuk keuntungannya sendiri dibandingkan membagi dividennya kepada pemegang saham minoritas. Oleh karena itu, semakin besar kepemilikan saham maka semakin memicu terjadinya *Transfer Pricing* (Sari dkk, 2021).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari dkk, 2021) dan (Indriaswari & Aprilia, 2020) yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh

terhadap *Transfer Pricing*, namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yumna dkk, 2021) yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive secara bersama-sama maupun secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik Transfer Pricing. Pajak, sebagai faktor regulasi utama, memiliki dampak yang kuat terhadap keputusan Transfer Pricing perusahaan. Selain itu, Mekanisme Bonus juga berperan penting dalam mempengaruhi Transfer Pricing dengan cara memberikan insentif yang dapat memengaruhi perilaku manajerial dalam menentukan harga transfer. Sementara itu, kehadiran Tunneling Incentive memberikan motivasi tambahan bagi praktik Transfer Pricing yang tidak diinginkan. Keseluruhan temuan ini menunjukkan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi Transfer Pricing dalam konteks lingkungan perpajakan dan insentif manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, M., & Santoso, L. (2021). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 724.
- Agustin, E., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Untuk Melakukan *Transfer Pricing*. *AKUA : Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 40.
- Anggraeni, S. P., & Dkk. (2023). Pengaruh Mekanisme Bonus dan *Intangible Assets* terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Avoidance* sebagai Variabel Moderasi. *Sinomika Journal*, 718.
- Ani, & Siregar, E. (2022). Pengaruh Pajak, *Leverage*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3337.
- Darmaningtyas, S. (2018). Pengaruh *Fee Audit*, *Audit Tenure*, Rotasi KAP dan Ukuran Perusahaan Klien Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Penelitian*, 15.
- Denny, Haryadi, D., & Suanti. (2024). Analisis Pengaruh Beban Pajak, *Profitabilitas*, Mekanisme Bonus, dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Sektor Barang Baku di Bursa Efek Indonesia . *Jurnal Revenue*, 50 - 51.
- Fadillah, A. N., & Lingga, I. (2021). Pengaruh *Transfer Pricing*, Koneksi Politik dan Likuiditas Terhadap *Agresivitas Pajak* (Survey Terhadap Perusahaan

- Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016 - 2019. Jurnal Akuntansi Universitas Kristen Maranatha , 344.
- Fadillah, A. N., & Lingga, I. (2021). Pengaruh *Transfer Pricing*, Koneksi Politik dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak (*Survey Terhadap Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016 - 2019*). Jurnal Akuntansi Universitas Kristen Maranatha , 344.
- Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. Jurnal Akuntansi, 118.
- Febria, A. (2019). Efek Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Kebijakan Utang dan Profitabilitas terhadap Kualitas Audit. Jurnal Penelitian, 34.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis *Multivariate*. Semarang.
- Ginting, N., & Irawan, F. (2022). Tinjauan Kebijakan Insentif Pajak dimasa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Fungsi *Budgeter* dan *Regulered* Pajak. Jurnal *Hermeneutika*, 2.
- 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, 553.
- Indriaswari, Y. N., & Aprilia, R. (2020). The *Influence of Tax, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing Decision In Manufacturing Companies*. *The Indonesian Accounting Review*, 76.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Finance Economic*, 305-360.
- Karlina, L. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Agresivitas Pajak. Jurnal Madani, 110.
- Kharisma, E., & Saputri, S. (2023). Pengaruh *Tunneling Incentive*, *Intangible Assets* dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*. SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora), 622.
- Lestari, D. M., & et al. (2021). Pajak Perusahaan dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Kimia. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 60.
- Makhmudah, N. F., & Djohar, C. (2023). Pengaruh *Tax Minimization*, Tarif Pajak Efektif, dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*. Jurnal Revenue - Jurnal Akuntansi, 430.
- Mardinata, Y., & Nainggolan, P. (2021). Pentingnya Pengetahuan Pajak dan Sosialisasi Pajak kepada Calon Wajib Pajak Masa Depan. Artikel Pajak, 135 -142.
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan *Profitabilitas* Terhadap *Transfer Pricing*. Jurnal Analisa Akutansi dan Perpajakan, 37.
- Nafiati, D., & Dkk. (2023). Pengaruh Beban Pajak, *Exchange Rate* Dan Perencanaan Pajak Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 8665.
- Nazir, W. R., & Budiharjo, R. (2019). Pengaruh CR, DER, dan NPM Terhadap Perubahan Laba. Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi, 18.
- Putri, I. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Aset Tetap, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak Saat Pandemi Covid-19. Jurnal Penelitian, 15.

- Putri. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Aset Tetap, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian*, 1.
- Ravensky, H., & Akbar, T. (2021). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*. *Journal Perbanas*, 297.
- Resmi, S. (2019). Perpajakan : Teori dan Kasus. Salemba Empat: a.
- Rifqiyati, & Et al. (2021). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, dan *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 171.
- Santoso, J. E. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Capital Intensity*, dan *Transfer Pricing* Terhadap Penghindaran Pajak. *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*, 2.
- Sari, D., Hermawan, A., & Fitriana, U. (2021). *Influence of Profitability, Company Size and Tunneling Incentive on Company Decisions of Transfer Pricing (Empirical Studies on Listed Manufacturing Companies Indonesia Stock Exchange Period 2012-2019)*. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 800.
- Sintiana, S., & Purnomo, L. (2023). Determinasi Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* dengan Dimoderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 252.
- Sudarmanto, E., & Et al. (2024). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Riset Multidisiplin dan Inovasi Teknologi*, 215.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.
- Suripto. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, *Earning Per Share*, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Renaissance*, 480.
- Wahyudi, I., & Fitriah, N. (2021). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan Kepatuhan Perpajakan, dan *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi*, 389.
- Yumna, Z., & Et al. (2021). Pengaruh *Effective Tax Rate (ETR)*, *Exchange Rate*, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 135.