

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PRAKTIK TRANSFER PRICING

Rayhan Fachrizal\* dan Susanto Salim

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: [rayhanfachrizal@gmail.com](mailto:rayhanfachrizal@gmail.com)

### Abstract:

*The purpose of this research is to obtain an empirical evidence about the influence of tax, bonus mechanism, and tunneling incentive on the decision of transfer pricing practice on manufacturing company listed in BEI at the periode of 2018-2020 There are 81 sample that used in this particular research with purpose sampling collection method. Data processing technique uses logistic regression analysis assisted by Microsoft Excel 2019 and SPSS version 26 software. The result of this research stated that tax and bonus mechanism doesn't have a significant effect on the firm decision of transfer pricing, while tunneling incentive able to give a significant effect on the firm decision of transfer pricing practice in manufacturing company that listed in BEI periode 2018-2020.*

**Keywords:** *Tax, Bonus Mechanism, Tunneling Incentive, Transfer Pricing.*

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris atas pengaruh dari pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap praktik *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2018-2020. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 81 data dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data menggunakan teknik analisis regresi logistik dengan bantuan *software Microsoft Excel 2019* dan *software SPSS* versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak dan juga mekanisme bonus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan praktik *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam melakukan praktik *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

**Kata kunci :** Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive*, *Transfer pricing*.

### Pendahuluan

Perkembangan duni yang terjadi secara global ini mempengaruhi banyak sector dalam kehidupan manusia yang pada akhirnya tidak dapat dihindari. Perkenomian adalah salah

satu sektor yang terpengaruh oleh perkembangan global. Ada banyak cara atau inovasi baru yang dapat dilakukan perusahaan dalam menjalankan bisnis. Ide dan inovasi baru ini menciptakan banyak kesempatan perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis dengan cara berbeda. Beberapa perusahaan telah melakukan akuisisi perusahaan lain sebagai salah satu cara menunjang bisnis perusahaan. Adanya akuisisi ini bertujuan untuk meluaskan cakupan bisnis perusahaan atau ekspansi didalam maupun diluar negara domisilinya. Selain itu akuisisi merupakan suatu cara perusahaan dalam mengurangi persaingan dalam sektor tertentu. Hubungan istimewa induk dan anak akan terbentuk setelah adanya proses akuisisi antar perusahaan. Keuntungan akan terbentuk akibatnya adanya hubungan istimewa antar perusahaan induk dan anak ini. *Transfer pricing* merupakan suatu kegiatan atau praktik yang biasa terjadi pada perusahaan dengan hubungan istimewa ini.

*Transfer pricing* adalah transaksi pertukaran barang atau jasa antara dua entitas yang memiliki hubungan istimewa atau relasi (Karianton & Zulham, 2018). Praktik transfer antar kekayaan ini merupakan suatu hal yang normal pada perusahaan dengan hubungan istimewa. Penghematan biaya dapat dicapai perusahaan yang menerapkan praktik *transfer pricing* ini dan pada akhirnya dapat meningkatkan laba. Adanya kelebihan dari praktik *transfer pricing* sering disalahgunakan oleh perusahaan. Salah satu penyalahgunaan *transfer pricing* adalah penghindaran pajak, penguasaan kekayaan dengan merugikan pemilik saham minoritas, dan sebagai instrument manipulasi laba untuk kepentingan individual.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca atas factor-faktor yang dapat menyebabkan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Selain faktor yang menyebabkan praktik *transfer pricing*, penelitian ini juga membahas mengenai apa saja dampak yang dapat terjadi jika perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* secara tidak baik.

### **Kajian Teori**

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajemen perusahaan (*agent*). Menurut Panda dan Leepsa (2017), teori keagenan dapat menjelaskan konflik yang terjadi disuatu perusahaan. Konflik yang terjadi disebabkan adanya perbedaan tujuan dan misi antara pemilik perusahaan dan manajemen. Teori keagenan dapat membantuk dalam menerapkan aturan pada sisi manajemen. Hubungan yang terbentuk antara kedua pihak dijelaskan pada teori keagenan. Adanya pemindahan wewenang kepada pihak manajemen (*agent*) diharapkan dapat membantu pemilik perusahaan (*principal*) dalam mengelola modal usaha.

Hipotesis biaya politik adalah bagian dari hioptesis yang terdapat pada teori akuntansi positif. Pada hipotesis biaya politik dijelaskan bahwa perusahaan dituntut untuk membayar biaya yang ditentukan oleh negara seperti pajak. Menurut Watts dan Zimmerman (1978 dalam Edward, Martin & Cheng, 2017), hipotesis biaya politik menjelaskan bahwa perusahaan harus ikut serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan sosial. Besarnya biaya politik dapat dipengaruhi oleh besarnya ukuran perusahaan. Tingginya perhatian yang diberikan kepada perusahaan besar, maka tuntutan akan biaya politiknya pun akan meningkat. Hipotesis biaya politik menjelaskan tingginya tingkat pajak yang

dibebankan berbanding lurus dengan tingkat pendapatan suatu perusahaan (Chusnul & Annafi 2019).

Pajak merupakan suatu kewajiban individual maupun badan yang harus dibayarkan atas pendapatan. Menurut Undang-Undang No 16 Tahun 2009, pajak adalah kontribusi yang bersifat wajib bagi individu ataupun badan yang manfaatnya tidak dapat dirasakan secara langsung. Manfaat pajak dapat dirasakan oleh wajib pajak dalam bentuk fasilitas yang dapat digunakan oleh masyarakat umum. Adanya peluasan cangkupan bisnis yang terjadi akibat globalisasi dapat memberikan dampak pada perusahaan. Perusahaan tidak hanya terikat pada satu negara saja melainkan multinasional. Kegiatan jual beli yang melibatkan dua negara atau lebih akan menimbulkan perpajakan internasional. Pajak internasional antara negara diatur dalam *tax treaty* dari kedua negara tersebut. Adanya perjanjian pajak antar negara dapat mengurangi kesempatan perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak.

Mekanisme bonus adalah sebuah sistem kompensasi perusahaan yang diberikan kepada dewan direksi sebagai bonus atas kinerjanya (Thesa, 2017). Adanya mekanisme bonus dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan tujuan motivasi. Motivasi berupa bonus akan meningkatkan kinerja dewan direksi dalam menjalankan kegiatan bisnis. Semakin tinggi pendapatan perusahaan maka semakin tinggi pula bonus yang didapatkan. Adanya mekanisme bonus dapat merugikan perusahaannya juga. Bonus dapat menjadi salah satu alasan dewan direksi melakukan manipulasi laba demi mendapatkan keuntungan pribadi.

*Tunneling incentive* adalah sebuah praktik pemindahan kekayaan yang dilakukan oleh perusahaan induk terhadap perusahaan anaknya. Kegiatan ekspropriasi ini dilakukan oleh pemegang saham mayoritas yang pada akhirnya akan merugikan pemegang saham minoritas (Huang, 2018). Penambahan kekayaan yang dilakukan oleh perusahaan induk ini dapat menyebabkan sebuah konflik antar pemegang saham. Praktik *tunneling* hanya menguntungkan satu pihak saja dimana perusahaan induk memanfaatkan hubungan istimewa dengan perusahaan afiliasinya. Pemindahan kekayaan akan menyebabkan pengurangan pendapatan perusahaan anak yang dapat merugikan pemegang saham minoritas.

*Transfer pricing* adalah sebuah praktik yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya yang memiliki hubungan afiliasi. Pada umumnya *transfer pricing* merupakan penentuan atas harga *transfer* barang antar divisi atau perusahaan (Alfa & Resti, 2016). Adanya penentuan harga transfer ini dapat memberikan harga yang ada dibawah harga pasar pihak ketiga. Harga yang ada dibawah harga pasar dapat menunjang keuntungan perusahaan yang didapatkan. Menurut Saraswati dan Sujana (2017), *transfer pricing* dibedakan menjadi dua yaitu *inter-company transfer pricing* dan *intra-company transfer pricing*. *Inter-company transfer pricing* adalah praktik harga transfer yang dilakukan antara perusahaan yang berbeda. *Intra-company transfer pricing* adalah praktik penentuan harga transfer yang dilakukan didalam satu perusahaan namun dengan divisi yang berbeda. Praktik *transfer pricing* ini sering disalahgunakan oleh perusahaan demi mendapatkan keuntungan. Beberapa penyalahgunaan *transfer pricing* ini adalah sebagai

sarana menghindari pajak, melakukan ekspropriasi antar perusahaan afiliasi, dan manipulasi laba demi meningkatkan pendapatan perusahaan.

### **Kaitan Antar Variabel**

#### **Pajak Dengan *Transfer Pricing*.**

Hipotesis biaya politik menjelaskan bahwa adanya beban yang diberikan oleh pemerintah kepada perusahaan dapat membuat perusahaan berupaya untuk menekan biaya tersebut. *Transfer pricing* umum digunakan oleh perusahaan sebagai sarana dalam meningkatkan laba (Nelson & Scott, 2015). Semakin tinggi pendapatan sebuah perusahaan maka akan tinggi pula biaya pajak yang dibebankan oleh pemerintah. Perusahaan dengan beban pajak yang tinggi akan berusaha melakukan upaya untuk menekan beban tersebut. *Transfer pricing* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menekan biaya pajak. Perusahaan yang memiliki perusahaan afiliasi di negara lain dapat memindahkan labanya ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Pengenaan tarif pajak yang lebih rendah dapat mengurangi biaya pajak yang harus dibayar sehingga dapat meningkatkan laba. Menurut Yafiana dan Riski (2017), pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* secara signifikan. Sedangkan Mispianiti (2015) menjelaskan variabel pajak tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

#### **Mekanisme Bonus Dengan *Transfer Pricing*.**

Teori Keagenan menjelaskan bahwa pemilik perusahaan menginginkan kinerja yang baik dari para direksi. Dewan direksi bertanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan perusahaan. Pemilik perusahaan membuat skema mekanisme bonus sebagai motivasi untuk menunjang kinerja dari dewan direksi. Adanya mekanisme bonus dapat mendorong direktur untuk melakukan manipulasi laba demi meningkatkan bonus yang didapat dengan cara *transfer pricing*. Secara teori maka praktik mekanisme bonus dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Sebagai pihak yang menjalankan kegiatan operasional maka direktur memiliki wewenang penuh atas perusahaan. Teori agensi menjelaskan terdapat benturan kepentingan antara pemilik perusahaan dan dewan direksi. Mekanisme bonus merupakan salah satu tujuan yang diinginkan oleh direktur sehingga dengan memanipulasi laba, dan meningkatkan bonus. Manipulasi laba dapat dilakukan oleh dewan direksi melalui praktik *transfer pricing*. Penelitian Saifudin dan Luky (2018) menyatakan bahwa mekanisme bonus memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Khaer dan Nanang (2020) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*.

#### ***Tunneling Incentive* Dengan *Transfer Pricing*.**

Pada teori keagenan dijelaskan bahwa pemilik saham memiliki kecenderungan dalam memperoleh *capital return* setinggi-tingginya. Adanya upaya dalam mendapatkan *capital return* yang tinggi dapat memberikan dampak buruk bagi pemegang saham minoritas.

Pemilik saham pengendali dapat melakukan transfer kekayaan suatu perusahaan dengan cara *tunneling*. Praktik *tunneling incentive* ini biasanya dilakukan oleh perusahaan dengan cara *transfer pricing*. Adanya pemindahan kekayaan dengan menggunakan harga transfer adalah sebuah cara dimana biaya dapat ditekan sesuai ketentuan pemilik saham mayoritas. *Transfer pricing* yang dilakukan dengan tujuan ekspropriasi ini dapat memberikan dampak negative terhadap pemilik saham minoritas, dan menciptakan suatu konflik antar pemegang saham. Penelitian Nila dan Susi (2020) menyatakan bahwa *tunneling incentive* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan Setvi, Joko, dan Wiwik (2019) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing* secara signifikan.

### **Pengembangan Hipotesis**

Pajak merupakan suatu kewajiban perusahaan yang dibebankan oleh pemerintah. Dengan tidak ada manfaat yang dapat langsung dirasakan, maka perusahaan cenderung menekan biaya pajak yang dibebankan. Penekanan beban pajak ini juga berbanding lurus dengan tingginya pendapatan. Semakin tinggi pendapatan perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajaknya. Penekanan pajak ini dapat dilakukan dengan cara *transfer pricing*. Adanya pemindahan laba ke negara dengan tarif pajak yang rendah dapat menekan beban pajak perusahaan. Secara teori pajak dapat mempengaruhi keputusan praktik *transfer pricing*.

H1: Pajak berpengaruh dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

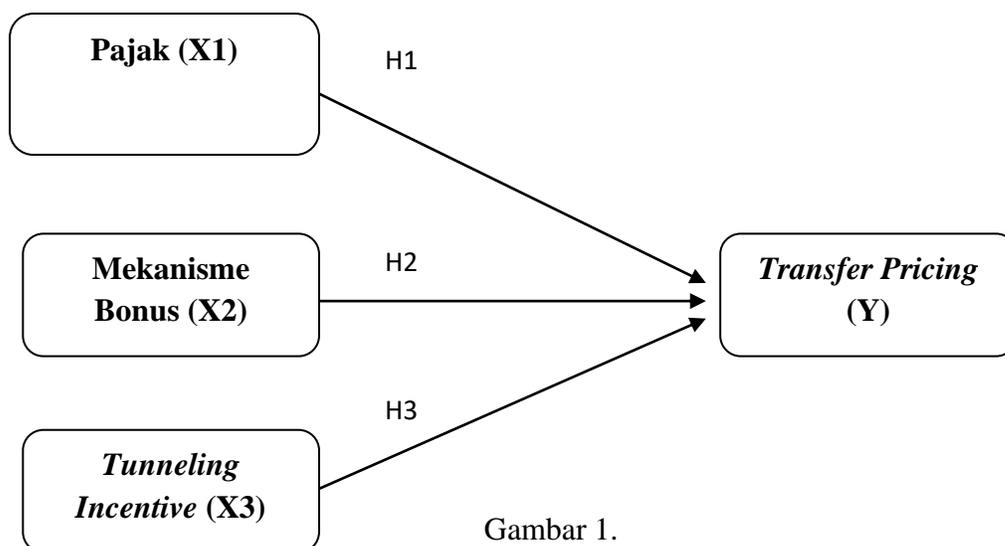
Mekanisme bonus merupakan suatu fasilitas yang dibentuk oleh pemilik perusahaan dalam menunjang kinerja direktur perusahaan. Semakin bagus kinerja direktur dalam menciptakan laba maka semakin besar juga bonus yang didapatkan. Hal ini dapat memotivasi dewan direksi dalam menjalankan tugasnya memimpin kegiatan operasional perusahaan. Mekanisme bonus dapat membuat direktur memanipulasi laba demi mendapatkan keuntungan individual. Salah satu cara memanipulasi laba adalah dengan cara *transfer pricing*. Adanya pengaturan harga transfer dapat meingkatkan laba sesuai dengan keinginan direksi. Sesuai dengan teori maka mekanisme bonus dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*.

H2: Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

*Tunneling incentive* adalah praktik pemindahan kekayaan yang dilakukan pemilik saham dengan nilai kepemilikan tinggi. Adanya pemindahan kekayaan ini dapat memberikan pengaruh negatif bagi pemilik saham minoritas. Wewenang *controlling shareholders* dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan transfer kekayaan. Pemindahan kekayaan ini dapat dilakukan dengan cara *transfer pricing*. Adanya pengaturan harga transfer pada menekan biaya bagi perusahaan induk namun merugikan bagi pemegang saham minoritasnya. Menurut teori yang ada *tunneling incentive* adalah salah satu factor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing*.

H3: *Tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1.  
Kerangka Pemikiran

### Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Sampel yang digunakan pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada perusahaan sektor manufaktur. Kriteria dari sampel adalah 1) perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan secara konsisten pada periode 2018-2020, 2) tidak mengalami kerugian, dan 3) dimiliki oleh perusahaan asing dengan kepemilikan diatas 20%. Sampel data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 81.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

No	Variabel	Metode Pengukuran	Skala	Sumber
1.	<i>Transfer Pricing</i>	Pengukuran dengan variabel <i>dummy</i> . 0 = Perusahaan yang tidak melakukan transaksi dengan pihak afiliasi. 1 = Perusahaan yang melakukan	Variabel <i>dummy</i>	Muthia dan Linda (2021)

		transaksi dengan pihak afiliasi.		
2.	Pajak	$ETR = \frac{\text{Tax Expense} - \text{Deffered Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$	Rasio	Lucky dkk (2018)
3.	Mekanisme Bonus	$ITRENDLB = \frac{\text{Net Income Tahun } t}{\text{Net Income Tahun } t - 1}$	Rasio	Yasfiana dan Riski (2017)
4.	<i>Tunneling Incentive</i>	Variabel <i>tunneling incentive</i> dapat diukur dengan memperhatikan kepemilikan saham terbesar.	Rasio	Dwi dkk (2016)

Sumber : Diolah oleh peneliti

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Pengujian statistik deskriptif merupakan pengujian terhadap data yang akan diolah meliputi *mean*, nilai maksimum, minimum, dan standar deviasi. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pajak mengindikasikan data pajak memiliki nilai minimum 0.0262 dan nilai maksimum 0.6111. Untuk nilai rata-rata sebesar 0.250385 atau sebesar 25.04 % dan standar deviasi sebesar 0.0769318. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel mekanisme bonus mengindikasikan data mekanisme bonus memiliki nilai minimum sebesar 0.0134 dan nilai maksimum sebesar 36.4013. Untuk nilai rata-rata variabel mekanisme bonus senilai 1.630955 dan nilai standar deviasi sebesar 4.0215406. Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel *tunneling incentive* mengindikasikan bahwa *tunneling incentive* memiliki nilai minimum 0.2273 dan memiliki nilai maksimum senilai 0.9246. Nilai rata-rata dari variabel *tunneling incentive* bernilai 0.586856 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.2113590. Untuk variabel *transfer pricing* menggunakan uji frekuensi pada data sampelnya dikarenakan menggunakan variabel *dummy*. Hasil Analisa uji frekuensi *transfer pricing* menyatakan bahwa sebanyak 9 sampel perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* atau sebanyak 11.1 % dari jumlah perusahaan sampel. Sementara itu ada 72 dari 81 sampel yang melakukan *transfer pricing* atau senilai 88.9 %.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi logistik dikarenakan variabel dependennya merupakan variabel *dummy*. Ada beberapa tahapan dalam menilai seberapa fit model analisis regresi logistik yang telah terbentuk. Langkah pertama menggunakan uji *overall model fit* Berdasarkan hasil *output* SPSS maka dapat dilihat nilai dari *-2 Log Likelihood* pada *Block 0* senilai 59.024 dimana belum dimasukkan variabel independen. Setelah dimasukan variabel independen nilai *-2 Log Likelihood* menjadi 55.796. Adanya

penurunan ini menjadi tanda bahwa mode yang terbentuk sudah fit sehingga layak digunakan. Langkah selanjutnya menguji kelayakan model yang terbentuk dengan menggunakan *Hosmer dan Lemeshow's Goodness of Fit Test*. output SPSS menunjukkan nilai *Chi-Square* sebesar 8.775 dengan nilai signifikansi sebesar 0.362. Dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ( $0.362 > 0.05$ ) maka disimpulkan model layak diterima. Sehingga model yang terbentuk cocok dengan data observasi. Selanjutnya dilakukan uji matriks klasifikasi untuk mengetahui kemampuan model dalam memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil tabel kekuatan model dalam memprediksi perusahaan yang melakukan *transfer pricing* ialah sebesar 100% sedangkan kemampuan untuk memprediksi perusahaan yang tidak melakukan *transfer pricing* adalah 0%. Tabel matriks klasifikasi menyimpulkan bahwa model yang terbentuk memiliki ketepatan dalam memprediksi sebesar 88.9%.

Langkah selanjutnya adalah mengetahui seberapa besar persentase kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Pengujian koefisien determinasi pada model analisis regresi logistik menggunakan pengujian *Nagelkerke's R<sup>2</sup>*. Berikut adalah hasil dari pengujian koefisien determinasi:

Hasil uji pengaruh (uji t) dilakukan setelah melakukan beberapa pengujian atas model yang terbentuk dengan hasil berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	49.830 <sup>a</sup>	.079	.158

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26

Pada tabel diatas diperoleh hasil dari Cox & Snell R Square sebesar 0.079 dan nilai dari Nagelkerke R Square sebesar 0.158. Maka kesimpulan pengujian ini adalah pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* dapat menjelaskan variabel *transfer pricing* sebesar 15.8%. Kemudian sisanya sebesar 84.2% dijelaskan oleh variabel lain.

Langkah terakhir adalah melakukan pengujian terhadap hipotesis menggunakan analisis regresi logistik dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Logistik

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	Pajak	-8.134	5.336	2.324	1	.127	.000
	Mekanisme Bonus	.015	.263	.003	1	.955	1.015
	Tunneling Incentive	-4.142	2.066	4.020	1	.045	.016
	Constant	6.944	2.516	7.614	1	.006	1036.52
							6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$TP = 6.944 - 8.134ETR + 0.015ITRENDLB - 4.142TUN + e$$

Berdasarkan tabel diatas, Nilai koefisien regresi dari variabel pajak adalah  $-8.134$ . Maka dapat disimpulkan bahwa jika nilai pajak mengalami kenaikan sebesar 1 dan nilai variabel lain tidak berubah maka nilai *transfer pricing* akan mengalami penurunan sebesar 8.134. Nilai koefisien regresi dari variabel mekanisme bonus adalah 0.015. Maka dapat disimpulkan bahwa jika nilai mekanisme bonus mengalami kenaikan sebesar 1 dan nilai variabel lain tidak berubah maka nilai *transfer pricing* akan mengalami kenaikan sebesar 0.015. Nilai koefisien regresi dari variabel *tunneling incentive* adalah  $-4.142$ . Maka dapat disimpulkan bahwa jika nilai *tunneling incentive* mengalami kenaikan sebesar 1 dengan asumsi nilai variabel lain bernilai konstan tanpa ada perubahan, maka nilai *transfer pricing* akan mengalami penurunan sebesar 4.142.

Pengujian hipotesis juga mengacu kepada tabel analisis regresi logistik. Pajak memiliki pengaruh yang negatif terhadap *transfer pricing* ( $\beta = -8.134$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0.127. Maka pajak tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan praktik *transfer pricing* secara signifikan. Mekanisme bonus memiliki pengaruh yang positif terhadap *transfer pricing* ( $\beta = 0.015$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0.955. Maka mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan praktik *transfer pricing* secara signifikan. *Tunneling incentive* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *transfer pricing* ( $\beta = -4.142$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0.045. Maka *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap keputusan praktik *transfer pricing* secara signifikan.

### Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa dari 3 variabel yang ada, hanya satu variabel yang secara signifikan mempengaruhi praktik *transfer pricing*. Pajak dan mekanisme bonus tidak terbukti pada penelitian ini memberikan pengaruh yang

signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Pajak tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dikarenakan ada cara lain yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi beban pajak. Perusahaan dapat melakukan manajemen pajak untuk menekan beban perpajakan dan tidak mengandalkan *transfer pricing* untuk penghindaran pajak. Mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dikarenakan keinginan dewan direksi mendapatkan bonus tidak mendorong adanya perlakuan manipulasi laba dengan *transfer pricing*. Inovasi strategi dapat dijadikan sebagai salah satu cara direksi untuk menciptakan laba. *Tunneling incentive* adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing*. Adanya pemindahan kekayaan ini memotivasi praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh pemilik saham mayoritas untuk kepentingan pribadi dikarenakan kemampuan menekan biaya.

### Penutup

Ada beberapa keterbatasan yang masih terdapat didalam penelitian ini. Penelitian ini hanya terpaku pada satu sektor saja yaitu sektor manufaktur dan tidak mencakup perusahaan di sektor lain. Periode yang terbatas hanya 3 tahun menjadi keterbatasan kedua pada penelitian ini. Variabel yang digunakan pun menjadi suatu kekurangan pada penelitian ini. Penelitian ini hanya mencakup 3 variabel saja sehingga masih banyak faktor yang lain yang tidak diperhitungkan dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing*. Dengan berbagai keterbatasan, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya. Penambahan sektor penelitian dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih luas. Periode waktu yang diperpanjang tidak hanya 3 tahun untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya. Adanya penambahan variabel pun dapat dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak faktor yang dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini memiliki variabel yang terbatas sehingga menghasilkan nilai koefisien determinasi yang cenderung rendah.

### Daftar Rujukan/Pustaka

- Adelia, M., & Santioso, L. (2021). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(2), 721-730.
- Amanah, K., & Suyono, N. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Memiliki Hubungan Istimewa Yangaterdaftar Di BEI Periode 2015 Sampai 2018). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), E-ISSN: 2716-2583.
- Huang, W. (2019). Ownership, Tax and Intercorporate Loans In China. *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(1), 111-129.
- Indriaswari, Y. N., & Aprilia, R. (2017). The Influence Of Tax, Tunneling Incentive, And Bonus Mechanisms On Transfer Pricing Decision In Manufacturing Companies. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 69-78.

- Lee, E., et al. (2017). Do Chinese State Subsidies Affect Voluntary Corporate Social Responsibility Disclosure ?. *J.Account. Public Policy*.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 16(1), 63-73.
- Noviastika, D., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing). *Jurnal Perpajakan*, 8(1), 1-9.
- Nugroho, L., Wicaksono, B. R., & Utami, W. (2018). Analysis of Taxes Payment, Audit Quality, and Firm Size To The Transfer Pricing Policy In Manufacturing Firm in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Business Society*, 2(8), 83-93.
- Nuraeni, C., & Tama, A. I. (2019). Effect Of Managerial Ownership, Debt Covenant, Political Cost and Growth Opportunities On Accounting Conservatism Levels. *International Journal of Economics, Business And Accounting Research*, 3(3), 263-269.
- Panda, B. & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 10(1), 74-95.
- Rahmawati, N., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Praktiktransfer Pricing, Dimoderasi Tax Avoidance. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 2020. Hal. 2.2.1-2.2.7.
- Rahmiati, A., & Sandi, R. (2016). Exploring The Arm's Length Transfer Pricing Strategy For Taxation Purpose : An Ethnographic Study in Manufacturing Enterprise. *Asian Journal of Accounting Research*, 1, 8-15.
- Refgia, Thesa. (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). *JOM Fekon*, 4(1), 543-555.
- Saifudin., & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Emiten BEI. *AGREGAT: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 32-43.
- Saraswati., G. A. R. S. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000-1029.
- Tampubolon, K., dan Zulham, A. F. (2018). *Transfer Pricing Dan Cara Membuat TP Doc*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wihandayani, S., Supriyanto, J. & Budianti, W. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2017. *Jurnal (Tidak Diterbitkan)*. Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.