

Praktik Transfer Pricing Perusahaan Sektor Manufaktur di Indonesia

Rachmawati Meita Oktaviani¹, Amelia Putri Cahyani², Sartika Wulandari³

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank
meitarachma@edu.unisbank.ac.id

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank
ameliaputri Cahyani@mhs.unisbank.ac.id

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank
sartika_wulan@edu.unisbank.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10 September 2024

Received in revised form 14 Oktober 2024

Accepted 15 November 2024

Available online 1 Desember 2024

ABSTRACT

Transfer pricing is a policy used when setting the transfer price of a transaction, whether it involves goods, services, intangible assets, or financial transactions, and is often practiced in the industrial world. The practice of transfer pricing can be reflected in aspects of tax planning, bonus mechanisms, the valuation of intangible assets, and tunneling incentives. This study aims to examine whether tax planning, bonus mechanisms, the determination of intangible asset values, and tunneling incentives are variables that influence transfer pricing practices. The population in this study consists of 136 industries, and 80 samples were obtained from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2018-2021. The sample selection was conducted using purposive sampling with the following criteria: 1) manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2018-2021, 2) companies that did not incur losses during the observation years, 3) companies that have special relationships in the form of sales transactions with related parties, and 4) companies that record intangible assets. This research uses panel data analysis techniques with the assistance of EViews 9 tools. The research results indicate that tax planning, intangible assets, and tunneling incentives have a significant positive effect on transfer pricing. Meanwhile, the mechanism of bonuses has a negative but insignificant effect on transfer pricing.

Keywords. transfer pricing, tax planning, bonus mechanism, intangible assets, tunneling incentiv

1. Pendahuluan

Perkembangan perekonomian dan persaingan usaha di dunia yang semakin pesat memberikan dampak dan pengaruh signifikan bagi pola bisnis serta sikap para pelaku bisnis. Terjalinnya hubungan antar perusahaan satu dengan perusahaan lain dalam satu grup di berbagai negara, dipastikan akan terjadi berbagai

Received September 10, 2024; Revised Okt 14, 2024; Accepted Nov 15, 2024

macam transaksi dalam menjalankan bisnisnya. *Rahayu* menjelaskan perusahaan multinasional dan konglomerasi juga divisionalisisasi menciptakan transaksi transfer antardivisi seperti penjualan barang, jasa, lisensi hak, harta tidak berwujud termasuk didalamnya penyediaan pinjaman. Transfer Pricing menurut [1] dan [2] terbagi menjadi dua yaitu *intra-company* dan *inter-company*. *Intra-company* merupakan konsep harga transfer antar divisi dalam satu perusahaan sedangkan *inter-company* merupakan konsep harga transfer antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya dengan menggunakan harga transfer bisa dilakukan oleh dua perusahaan atau lebih yang berelasi dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*).

Pemerintah sering menggunakan prinsip penetapan harga wajar untuk memastikan bahwa harga transfer antara perusahaan dalam satu grup konglomerat sesuai dengan harga pasar yang berlaku untuk transaksi antara perusahaan yang tidak saling terkait. Namun, menentukan harga wajar bisa sulit untuk barang dan jasa unik [3]. Dalam kasus seperti itu, ukuran alternatif seperti biaya marginal atau biaya peluang bisa dipertimbangkan untuk menghitung harga transfer.

Transfer pricing merupakan isu yang sensitif dalam dunia bisnis maupun ekonomi secara global, terutama dalam peraturan perpajakan. Di Indonesia dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2021, terdapat aturan yang menangani masalah *transfer pricing*, yaitu pada pasal 18. Berdasarkan UU No. 36 Tahun 2008 ps 18:3 Undang-Undang PPh menerangkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa.

Banyak faktor yang menyebabkan dilakukan upaya transfer pricing, diantaranya perencanaan pajak, pengakuan intangible assets, mekanisme bonus, dan tunneling intensity yang dilakukan perusahaan. Perencanaan pajak muncul sebagai akibat adanya motivasi untuk memperoleh beban pajak minimum [4]. Selain itu [5] menyebutkan adanya pandangan perencanaan pajak memiliki dampak besar terhadap laba bersih dan arus kas.

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh perencanaan pajak, *intangible assets*, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* masih memberikan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Jafri & Mustikasari, 2018; Khotimah, 2018; Rachmat, 2019; Yunidar & Firmansyah, 2020 menunjukkan bukti empiris bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sebaliknya pajak tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing* berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Miner & Paramitha, 2021; Mispiyanti, 2015. *Transfer pricing* juga dipengaruhi aset tidak berwujud sesuai dengan hasil penelitian Yunidar & Firmansyah (2020) sedangkan penelitian Jafri & Mustikasari (2018) menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu *intangible asset* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian mengenai mekanisme bonus terhadap transfer pricing juga menunjukkan hasil yang beragam, penelitian Rachmat (2019) menunjukkan hasil mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing, sedangkan penelitian Miner dan Paramitha (2021) menunjukkan hasil yang sebaliknya, mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian tentang pengaruh tunnelling terhadap transfer pricing masih menunjukkan hasil yang berbeda. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa tunnelling berdampak positif signifikan pada penentuan harga transfer[5], [11], tetapi penelitian lain [12] menemukan bahwa tunnelling berdampak negatif terhadap transfer pricing.

Teori Agensi

Teori keagenan muncul karena adanya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen [13]. Konflik kepentingan ini menyebabkan pendapat yang berbeda tentang keputusan yang akan diambil oleh perusahaan. Konflik ini terjadi karena adanya asimetri informasi dalam hubungan antara prinsipal dan agen. Dalam situasi di mana manajer memprioritaskan kepentingan pribadi mereka daripada kepentingan perusahaan, konflik organisasi terjadi [14].

Sebagai agen, manajer berinteraksi secara langsung dengan perusahaan, sehingga mereka lebih memahami informasi perusahaan daripada pemegang saham karena mereka sudah ditugaskan untuk melakukannya. Keuntungan ini memungkinkan agen untuk menawarkan peluang yang menguntungkan mereka [15]. Sebaliknya, mereka hanya bertindak sebagai pengawas manajemen dari sisi prinsipal dan tidak sepenuhnya mengawasi operasional manajemen. Penting bagi pemegang saham atau prinsipal untuk meningkatkan nilai investasi saham mereka dan menghasilkan lebih banyak uang dari bisnis karena kinerja, keputusan yang dibuat, dan kebijakan yang diterapkan.

Pengaruh Pajak Terhadap Transfer Pricing

Semakin besar beban pajak, perusahaan dapat menempuh strategi untuk melakukan transfer pricing dengan tujuan menekan beban tersebut [5]. Hal ini karena wajib pajak biasanya menganggap pembayaran pajak sebagai beban dalam menjalankan bisnis, sehingga mereka selalu berusaha untuk meminimalkan beban tersebut untuk memaksimalkan keuntungan mereka . Berdasarkan konsep ini, wajib pajak ingin beban pajak yang seminimal mungkin. Salah satu cara untuk mengalihkan keuntungan dari perusahaan di negara dengan tarif pajak tinggi ke perusahaan berafiliasi di negara dengan tarif pajak lebih rendah adalah dengan menggunakan mekanisme transfer pricing [16]. Semakin kecil biaya pajak perusahaan, semakin besar kemungkinan keuntungan yang ditransfer melalui mekanisme ini.

Penelitian yang dilakukan [16], [17] menemukan bukti empiris bahwa pajak menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan perusahaan melakukan praktik transfer pricing. Semakin tinggi beban pajak yang harus ditanggung perusahaan, semakin tinggi pula peluang perusahaan melakukan transfer pricing. Dengan adanya beban pajak yang lebih besar memicu bisnis untuk melakukan tindakan transfer pricing dengan harapan menekan beban tersebut. Perusahaan biasanya menganggap pembayaran pajak sebagai beban, mereka selalu berusaha untuk meminimalkan beban tersebut untuk menghasilkan keuntungan yang paling banyak. Dari penjelasan diatas maka dapat hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

Pengaruh Intangible Asset Terhadap Transfer Pricing

Aset tidak berwujud adalah aset yang tidak memiliki bentuk fisik dan sangat berguna untuk semua fungsi bisnis. Ciri-cirinya sulit untuk dideteksi, tetapi manajer bisnis dapat menggunakannya untuk memenuhi kepentingan bisnis. Aset tidak berwujud harus memenuhi tiga syarat: dapat dipisahkan atau dibedakan dari entitas; dapat ditransfer, dijual, atau disewakan; atau timbul dari kontrak atau hak legal. Entitas juga memiliki otoritas untuk mengontrol masa manfaat aset tidak berwujud dan dapat membatasi akses pihak tertentu untuk menikmatinya. Manfaat di masa depan dapat berupa pendapatan dari hasil penjualan barang atau jasa, penghematan biaya, dan manfaat lain dari penggunaan aset tidak berwujud [18].

Intangible asset adalah salah satu aset yang sulit dideteksi, perusahaan akan memiliki peluang untuk mentransfer aset tidak berwujud ke perusahaan di wilayah pajak rendah atau ke perusahaan yang memiliki hubungan kuat dengan perusahaan tersebut. Aset tidak berwujud ini adalah contoh penggeseran kekayaan intelektual yang sering terjadi antar grup, seperti biaya penelitian dan pengembangan. Semakin banyak nilai *intangible asset* yang dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* [5]. Dari penjelasan diatas maka dapat hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Intangible asset* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Kompensasi yang diberikan perusahaan kepada karyawannya bermacam-macam, serta pihak yang menerima kompensasi ini juga berasal dari berbagai tingkatan. Mekanisme bonus menjadi salah satu pemberian kompensasi tambahan kepada direksi perusahaan berdasarkan prestasi kerja mereka yang diukur dari hasil kerja yang telah dilakukan. Prestasi kerja dapat diukur dengan menilai perusahaan secara objektif berdasarkan laba yang dihasilkan. Mekanisme bonus adalah rencana perusahaan untuk mengoptimalkan penerimaan bonus oleh direksi dengan meningkatkan profit perusahaan [19]. Suatu sistem pemberian bonus dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan. Sehingga, profit perusahaan secara keseluruhan akan semakin besar Perusahaan dapat menggunakan sistem bonus untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan [16]. Oleh karena itu, semakin besar keuntungan perusahaan secara keseluruhan, semakin baik citra direksi di mata pemilik. Direksi dapat mengoptimalkan keuntungan perusahaan dengan menggunakan strategi *transfer pricing* untuk meningkatkan bonus yang diterima. Strategi bonus yang didasarkan pada profit adalah upaya paling umum dalam memberikan penghargaan kepada eksekutif perusahaan, maka semakin besar pemberian bonus maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing* [20].

Penelitian yang dilakukan Safira et al., 2021 manajer seringkali menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meningkatkan bonus mereka jika bonusnya berdasarkan keuntungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajer cenderung menggunakan praktik *transfer pricing* untuk menyesuaikan pendapatan bersih mereka sehingga mereka dapat memaksimalkan bonus mereka. Dari penjelasan diatas maka dapat hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Tunneling incentive merupakan proses dimana pemegang saham mayoritas memindahkan aset dan keuntungan perusahaan untuk kepentingan pribadi, tetapi pemegang saham minoritas yang menanggung biaya [5]. Menurut Komarudin et al., 2022 tunnelling insentif adalah insentif untuk pemegang untuk mengambil keuntungan dan pengalihan perusahaan untuk mengontrol kepentingan pemegang saham pengendali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tunnelling insentif adalah insentif untuk pemegang untuk mengambil keuntungan perusahaan sementara pemegang saham minoritas juga ikut bertanggung jawab.

Dalam beberapa kasus, mayoritas pemegang saham juga memiliki saham di perusahaan lain yang terkait dengan perusahaan utamanya. Akibatnya, aktivitas tunneling muncul melalui mekanisme transfer pricing ke perusahaan terkait yang masih dalam kepemilikan yang sama untuk memperoleh keuntungan [11]. Bagi manajer perusahaan untuk memindahkan aset dan keuntungan mereka melalui transfer pricing karena kemudahan melakukan tunneling akan mendorong mereka untuk memindahkan keuntungan mereka ke perusahaan yang terkait dengan penjualan transaksi kepada pihak yang berkorelasi dengan harga yang lebih rendah dari harga wajar [23]. Dari penjelasan diatas maka dapat hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : *Tunneling incentives berpengaruh positif terhadap transfer pricing*

2. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 136 industri dan diperoleh 80 sampel dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kurun waktu 2018-2021. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: 1). perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, 2). perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun pengamatan, 3). perusahaan yang memiliki hubungan istimewa wujud transaksi penjualan terhadap pihak berelasi, dan 4). perusahaan yang melakukan pencatatan intangible assets. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data panel dengan bantuan alat EViews 9.

Dalam penelitian menggunakan satu variabel terikat dan empat variabel bebas. Variabel bebas yang digunakan adalah transfer pricing. Transfer pricing merupakan kebijakan pada saat menetapkan harga transfer sebuah transaksi baik berupa barang, jasa, aset tak wujud maupun transaksi keuangan dan kerap dilakukan pada dunia industry [24], [25]. Proksi yang digunakan dalam menghitung *transfer pricing* merujuk pada [5] dan [26] dengan membagi nilai penjualan pihak yang memiliki relasi dengan penjualan pihak tidak berelasi. *Pajak adalah iuran yang harus dibayarkan pada negara yang terutang dari orang pribadi* maupun badan yang memiliki sifat memaksa berlandaskan Undang-Undang, karena tidak terdapatnya upah dengan langsung serta dipakai dalam kebutuhan negara untuk mensejahteraan rakyat [27].

Perencanaan pajak menurut [28] dan [29] merupakan upaya yang diperkenankan dalam menyikapi peraturan perpajakan. Perencanaan pajak dikur dengan menggunakan proksi Current ETR. Current ETR dihitung dari beban pajak penghasilan saat ini dibagi laba sebelum pajak perusahaan. Intangible asset menurut PSAK No.19 Revisi 10 didefinisikan sebagai aset berbentuk dan aset lancar yang dapat memberikan hak hukum dan ekonomi kepada pemiliknya dan di penyajian laporan keuangan terpisah dalam klasifikasi aset lain. Pengukuran yang dipakai yaitu logaritma jumlah *intangible assets*. Penggunaan logaritma bertujuan agar total *intangible asset* bisa dilakukan penyederhanaan dengan tidak melakukan perubahan proporsi dari total yang sebenarnya.

Mekanisme bonus menurut [19] bagian dari penghitungan banyaknya total pemberian bonus dari yang memiliki ataupun yang memegang saham menggunakan RUPS untuk anggota direksi yang dinilai mempunyai kerja yang baik setiap tahunnya serta jika perusahaan mendapatkan keuntungan. Pengukuran pada variabel ini menggunakan indeks trend laba bersih (ITRENDLB). *Tunneling incentive* merupakan aktivitas pengalihan aset dalam keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. *Tunneling incentive* adalah rasio perhitungan yang digunakan mengetahui nilai aset yang disalahgunakan melalui piutang pihak berelasi [26].

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Transfer Pricing	<i>Transfer pricing</i> diukur dengan menggunakan cara membagi penjualan pihak berelasi dengan penjualan pihak tidak berelasi.	$TP = \frac{\text{Penjualan pihak berelasi}}{\text{Penjualan pihak tidak berelasi}}$

Pajak	Variabel perencanaan pajak dihitung menggunakan <i>Current ETR (Effectivitas Tax Rate)</i> . Dihitung dari beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak.	$\text{Current ETR} = \frac{\text{Current tax expenses}}{\text{Earning before tax}}$
<i>Intangible Asset</i>	Variabel <i>intangible asset</i> diukur menggunakan logaritma jumlah intangible asset.	$\text{IA} = \log(\text{jumlah intangible assets})$
Mekanisme Bonus	Variabel mekanisme bonus diukur menggunakan indeks trend laba bersih (ITRENDLB).	$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Net income in year } t}{\text{Net income in year } t - 1}$
<i>Tunneling Incentive</i>	Variabel <i>tunneling incentive</i> diukur dengan membagi piutang pihak berelasi dengan total aset perusahaan.	$\text{TNC} = \frac{\text{Piutang pihak berelasi}}{\text{Total penjualan}}$

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Dev
Transfer Pricing	80	1.67E-05	0.732498	0.102360	0.050267	0.154157
Tax Planning	80	0.000252	0.652616	0.255670	0.263093	0.104967
Intangible Asset	80	5.587281	13.13344	10.61918	10.94186	1.549248
Mekanisme Bonus	80	0.001504	8.040821	1.190047	1.046016	1.044178
Tunneling Incentive	80	4.86E-06	0.138699	0.018512	0.008489	0.026487
Valid N (listwise)	80					

Source: Author Data, 2023

Tabel 3. Model Specifications Test Result

	Chow Test		Hausman Test	
	Prob.	Hasil	Prob.	Hasil
Cross-section Chi-square	0.0000	FEM		
Cross-section random			0.0041	FEM

Source: Author Data, 2023

Pengujian untuk spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji chow dan hausman test. Berdasarkan pada tabel 2, pengujian pertama dengan uji chow membandingkan antara Common Effect Model dan Fixed Effect Model. Hasil pengujian pertama Fixed Effect Model yang terpilih dengan nilai probabilitas kurang dari 5%. Pengujian kedua dengan menggunakan Hausman tes dengan membandingkan Fixed Effect Model dan Random Effect Model. Fixed Effect Model terpilih sebagai model terbaik dengan nilai probabilitas kurang dari 5%.

Tabel 4. Hypothesis Test

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	Sig.
C	0.118178	0.014552	8.120955	0.0000	
Tax Planning	0.514515	0.010646	11.81609	0.0048	***
Intangible Asset	0.001507	0.001307	4.152880	0.0201	***
Mekanisme Bonus	-0.502343	0.001419	-0.241744	0.9719	
Tunneling Incentive	0.117718	0.069341	1.697663	0.0951	*
R-squared	0.998684	F-statistic		1966.481	
Adjusted R-squared	0.996158	Prob(F-statistic)		0.000000	

***p<.01, ** p<.05, * p<.1

Source: Author's Calculation

Pengaruh Pajak Terhadap Transfer Pricing

Bersumber pada tabel 4 variabel perencanaan pajak menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.514515 dengan signifikansi sebesar $0.0048 < 0.05$. Hal ini menunjukkan perencanaan pajak memiliki dampak yang baik terhadap *transfer pricing*. Ketika beban pajak yang ditanggung perusahaan makin besar dengan demikian kemungkinan keputusan *transfer pricing* terjadi akan makin tinggi pula. Perusahan khususnya perusahaan multinasional akan semakin terpengaruh untuk melakukan berbagai upaya yang dapat digunakan untuk membatasi total beban pajak yang wajib dibayarkan melalui praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa praktik *transfer pricing* sering dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. *Transfer pricing* bisa dijalankan dengan upaya memaksimalkan harga beli ataupun meminimalkan harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer keuntungan atau laba yang didapatkan pada grup yang terletak di negara dengan tarif pajak rendah. Berdasarkan hasil penelitian beban pajak perusahaan yang semakin besar mendorong perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Sebaliknya ketika beban pajak perusahaan sudah bisa ditekan serendah mungkin yang semakin kecil perusahaan tidak cenderung tidak melakukan keputusan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [17], [19], [24], [30] yang menyatakan pajak mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Intangible Asset Terhadap Transfer Pricing

Bersumber pada tabel 4 hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *intangible asset* mempunyai nilai koefisien sebesar 0.001507 dan tingkat signifikasinya $0.0201 < 0.05$. Hal ini berarti variabel *intangible asset* merupakan sebuah variabel yang berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Intangible asset* dianggap sulit untuk dideteksi, dimana terjadi peluang bagi perusahaan yang berasosiasi mengeser kewajiban pembayaran aset tak berwujud pada wujud royalti pada perusahaan dalam wilayah tarif pajak tinggi dan melakukan pengalihan kewajiban pada perusahaan di wilayah dengan pajak rendah. Transaksi aset pihak berelasi yang dimanfaatkan adalah merek dagang, pengetahuan dan kekayaan intelektual. Perusahaan induk mendaftarkan aset tidak berwujud untuk dialihkan ke pihak berelasi atau anak perusahaan yang berada di negara bertarif pajak rendah. Kemudian dilsensikan dan sebagai gantinya pihak berelasi membayar royaliti yang pengenannya dapat mengurangi laba sebelum pajak. Oleh karena itu dugaan kuat aset tidak berwujud dapat meningkatkan *transfer pricing*. Hal tersebut diduga dapat membuat manajemen perusahaan terdorong melaksanakan *transfer pricing* agar memaksimalkan pendapatan laba. Maka dari itu, makin banyak aset tak berwujud yang perusahaan miliki dengan demikian akan lebih berdampak pada terjadinya keputusan *transfer pricing*.

Aset tidak berwujud sulit untuk diidentifikasi karena tidak semua aset tidak berwujud didaftarkan, dilindungi undang-undang dan di laporan dalam pembukuan. Dalam konteks *transfer pricing*, pihak-pihak berelasi harus menerima secara wajar kompensasi sesuai dengan kontribusi masing-masing. Aset tidak berwujud keberadaannya harus dijelaskan pencatatannya dalam laporan keuangan sesuai dengan PSAK 19 tentang aset tidak berwujud. Semakin tinggi nilai *intangible asset* milik perusahaan, maka akan semakin memicu perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini selaras dengan penelitian

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Bersumber pada tabel 4 hasil pengujian untuk hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel mekanisme bonus mempunyai nilai koefisien sebesar -0.0502343 dan tingkat signifikansi $0.9719 > 0.05$ yang dapat diartikan bahwa variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh pada *transfer pricing*. Mekanisme bonus tidak selamanya menjadi motivasi bagi dewan direksi untuk memutuskan praktik *transfer pricing*. Jumlah bonus yang diberikan bukanlah tujuan paling penting bagi dewan direksi dalam memutuskan *transfer pricing*. Tidak berdampaknya mekanisme bonus dalam perusahaan yang memutuskan pada pelaksanaan *transfer pricing* bisa berlangsung karena perusahaan mempunyai mekanisme pengawasan *stakeholder* yang baik serta merupakan sebuah peluang bagi dewan direksi dalam memutuskan pelaksanaan *transfer pricing* yang didasari dari internal perusahaan yang mengendalikan.

Safira et al., 2021 menjelaskan jika hanya karena motif mendapatkan bonus direksi berani melakukan transaksi *transfer pricing* guna memberikan kenaikan laba sementara untuk perusahaan maka hal ini sangat tidak etis mengingat terdapat kepentingan yang jauh lebih besar lagi yaitu menjaga nilai perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah dengan menyajikan laporan keuangan yang lebih mendekati kenyataan dan dapat digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan yang lebih penting bagi perusahaan kedepannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [19] yang menunjukkan jika mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh pada *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan pada hasil olah data pada uji FEM untuk hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* mempunyai nilai koefisien sejumlah 0,0117718, dan tingkat signifikansi $0,0951 < 0,1$. hal tersebut memiliki arti bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang negatif serta signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori keagenan yang menyatakan semakin besar persentase kepemilikan yang dimiliki pemegang saham, semakin besar pula kendali yang dimiliki pemegang saham dalam menentukan berbagai keputusan perusahaan termasuk keputusan *transfer pricing*. Pemegang saham pengendali tidak akan melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas karena pemegang saham pengendali merupakan pihak yang paling merasakan dampak negatif dari penurunan nilai perusahaan atas tindakan ekspropriasi tersebut. Selain itu mekanisme pengawasan yang efektif baik secara internal seperti adanya dewan komisaris independen maupun secara eksternal seperti adanya auditor sehingga akan membatasi pemegang saham pengendali melakukan tindakan ekspropriasi seperti *transfer pricing* dalam rangka memaksimalkan kesejahteraan pribadi.

Muncul konflik antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas terhadap tindakan pengalihan keuntungan atau aset demi kepentingan pribadi menggunakan harga tidak wajar oleh pemegang saham mayoritas. Tindakan tersebut sangat merugikan pemegang saham minoritas karena ikut menanggung kerugian atau pemerintah berkurangnya penerimaan pajak negara. Dengan demikian besarnya kepemilikan saham pengendali belum tentu dapat menentukan berbagai keputusan perusahaan termasuk keputusan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan [5], [19], [22] yang menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah perencanaan pajak, mekanisme bonus, penetapan nilai intangible assets, dan tunneling incentive merupakan variabel yang berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 136 industri dan diperoleh 80 sampel dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kurun waktu 2018-2021. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: 1). perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, 2). perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun pengamatan, 3). perusahaan yang memiliki hubungan istimewa wujud transaksi penjualan terhadap pihak berelasi, dan 4). perusahaan yang melakukan pencatatan intangible assets. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data panel dengan bantuan alat EViews 9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, tetapi perencanaan pajak, intangible asset, dan tunneling incentive berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Untuk penelitian lanjutan, proksi tambahan dapat digunakan untuk mengukur *transfer pricing*. Salah satu contohnya adalah indeks pendekatan jumlah-skor, yang menggabungkan delapan item dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Sebaliknya, variabel independen yang mungkin diteliti terkait dengan *transfer pricing* termasuk spesialisasi KAP, persentase komisaris independen, dan proksi untuk aset tidak berwujud seperti biaya penelitian

Daftar Pustaka

- [1] H. Wong, S. Nassiripour, R. Mir, and W. Healy, “Transfer Price Setting in Multinational Corporations,” *Int. J. Bus. Soc. Sci.*, vol. 2, no. 9, pp. 10–14, 2011.
- [2] M. K. Huda, N. Nugraheni, and K. Kamarudin, “The Problem of Transfer Pricing in Indonesia Taxation System,” *Int. J. Econ. Financ. Issues*, vol. 7, no. 4 SE-Articles, pp. 139–143, Jul. 2017, [Online]. Available: <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/4793>
- [3] S. Kumar, N. Pandey, W. M. Lim, A. N. Chatterjee, and N. Pandey, “What do we know about transfer pricing? Insights from bibliometric analysis,” *J. Bus. Res.*, vol. 134, no. May, pp. 275–287, 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.05.041.
- [4] A. P. Cahyani and R. M. Oktaviani, “Pengaruh Pajak, Intangible Assets, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing,” *J. Ris. Terap. Akunt.*, vol. 7, no. 1, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7865720>
- [5] H. E. Jafri and E. Mustikasari, “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,” *Berk. Akunt. dan Keuang. Indones.*, vol. 03, no. 02, pp. 63–77, 2018.
- [6] R. A. H. Rachmat, “Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing,” *J. Pendidik. Akunt. Keuang.*,

- vol. 7, no. 1, p. 21, 2019, doi: 10.17509/jpak.v7i1.15801.
- [7] S. K. Khotimah, "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)," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 1, no. 12, pp. 125–138, 2018, [Online]. Available: www.idx.co.id.
- [8] A. Yunidar and A. Firmansyah, "Financial Derivatives, Financial Leverage, Intangible Assets, and Transfer Pricing Aggressiveness: Evidence from Indonesian Companies," *J. Din. Akunt. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 1–14, 2020, doi: 10.24815/jdab.v7i1.15334.
- [9] M. F. Miner and M. Paramitha, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing," *J. Anal. Akunt. dan Perpajak.*, vol. 5, no. 1, pp. 35–44, 2021, doi: 10.25139/jaap.v5i1.3638.
- [10] Mispiyanti, "Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing," *Pengaruh Pajak, Tunneling Incent. dan Mek. Bonus Terhadap Keputusan Transf. Pricing*, vol. 16, no. 1, pp. 62–73, 2015.
- [11] B. Solikhah, D. D. Aryani, and A. K. Widiatami, "The Determinants of Manufacturing Firms' Transfer Pricing Decisions in Indonesia," *J. Keuang. dan Perbank.*, vol. 25, no. 1, pp. 174–190, 2021, doi: 10.26905/jkdp.v25i1.5127.
- [12] R. Helena and A. Firmansyah, "Pengungkapan pihak-pihak berelasi pada perusahaan-perusahaan salim group yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *J. Online Insa. Akuntan*, vol. 3, no. 2, pp. 185–196, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/1035>
- [13] S. L. Paramaveda *et al.*, "Pengaruh Transaksi Pihak Berelasi Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2018 – 2019 Yang Terdaftar Di BEI," *Diponegoro J. Account.*, vol. 4, no. 1, p. 127, 2021, [Online]. Available: https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/2014_kajian_pprf_transfer_pricing_dan_risikonya_terhadap_penerimaan_negara.pdf
- [14] D. Noviastika F, Y. Mayowan, and S. Karjo, "Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing)," *J. Perpajak. (JEJAK)*, vol. 8, no. 1, pp. 1–9, 2016.
- [15] M. Amidu, W. Coffie, and P. Acquah, "Transfer pricing, earnings management and tax avoidance of firms in Ghana," *J. Financ. Crime*, vol. 26, no. 1, pp. 235–259, 2019, doi: 10.1108/JFC-10-2017-0091.
- [16] D. D. Prabaningrum, T. P. Astuti, and Y. Harjito, "Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)," *Edunomika*, vol. 05, no. 01, pp. 47–61, 2021.
- [17] A. Junaidi and Z. N. Yuniarti, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant Dan Profitabilitas Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing," *J. Ilm. Akuntansi, Manaj. dan Ekon. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 31–44, 2020, doi: 10.36085/jam-ekis.v3i1.530.
- [18] N. H. Anh, N. T. Hieu, and D. T. Nga, "Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: A case of Vietnam," *South East Asia J. Contemp. Business, Econ. Law*, vol. 16, no. 5, pp. 104–112, 2018, [Online]. Available: https://seajbel.com/wp-content/uploads/2018/10/seajbel5_237.pdf
- [19] G. M. Purwanto and J. Tumewu, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Equilib. J. Ekon.*, vol. 14, no. 1, p. 47, 2018, doi: 10.30742/equilibrium.v14i1.412.
- [20] S. J. D. Santosa and L. Suzan, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)," *Kaji. Akunt.*, vol. 19, no. 1, p. hal. 72-80, 2018.
- [21] M. Safira, A. Abdurrahman, and S. S. E. Putri, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, Tunneling Incentive Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing," *J. Tax. Tax Cent.*, vol. 2, no. 1, pp. 116–137, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/article/view/14251>
- [22] M. Komarudin, H. Gursida, and Y. Indrayono, "The Effect of Transfer Pricing On Taxes Is Reviewed From Its Relationship With Tunneling Incentives, Intangible Assets, Leverage, And Profitability," *Asian J. Manag. Entrep. Soc. Sci.*, vol. 02, no. 04, pp. 305–322, 2022, [Online]. Available: <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- [23] Y. N. Indriaswari and R. A. Nita, "The influence of tax, tunneling incentive, and bonus mechanisms on transfer pricing decision in manufacturing companies," *Indones. Account. Rev.*, vol. 7, no. 1, pp. 69–78, 2018, doi: 10.14414/tiar.v7i1.957.
- [24] K. J. Klassen, P. Lisowsky, and D. Mescall, "Transfer Pricing: Strategies, Practices, and Tax

- Minimization,” *Contemp. Account. Res.*, vol. 34, no. 1, pp. 83–117, 2017, doi: 10.1111/1911-3846.12238.
- [25] R. Merle, B. Al-Gamrh, and T. Ahsan, “Tax havens and transfer pricing intensity: Evidence from the French CAC-40 listed firms,” *Cogent Bus. Manag.*, vol. 6, no. 1, 2019, doi: 10.1080/23311975.2019.1647918.
- [26] S. Wulandari, R. M. Oktaviani, and W. Hardiyanti, “Transfer Pricing dari Perspektif Perencanaan Pajak, Tunneling Incentives, dan Aset Tidak Berwujud,” *Wahana Ris. Akunt.*, vol. 9, no. 2, pp. 152–162, 2021.
- [27] Kementerian Keuangan, *Undang Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Jakarta, 2021.
- [28] M. A. Desai, A. Dyck, and L. Zingales, “Theft and Taxes,” *J. financ. econ.*, vol. 84, no. 3, pp. 591–623, 2007, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2006.05.005>.
- [29] S. D. Dyring, M. Hanlon, and E. L. Maydew, “Long-run corporate tax avoidance,” *Account. Rev.*, vol. 83, no. 1, pp. 61–82, 2008, doi: 10.2308/accr.2008.83.1.61.
- [30] S. Kohlhase and J. L. Wielhouwer, “Tax and tariff planning through transfer prices: The role of the head office and business unit,” *J. Account. Econ.*, vol. 75, no. 2–3, p. 101568, 2023, doi: 10.1016/j.jacceco.2022.101568.