

Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).

Helen Imedia Suwandi¹⁾

Universitas Buddhi Dharma¹

Email : imediasuwandi17@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah *transfer pricing* dan variabel bebasnya adalah pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Penelitian ini menggunakan metode sampling yang ditargetkan untuk pengambilan sampel. Sasaran survei ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Jumlah sampel sebanyak 9 perusahaan dan periode survei 4 tahun sehingga terdapat 36 data. Regresi linier berganda adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan data diolah dengan menggunakan program SPSS VER25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, ($0,867 > 0,050$) untuk pajak dan ($0,843 > 0,050$) untuk mekanisme bonus, sedangkan variabel *tunneling incentive* ($0,006 < 0,050$) nilai tersebut mempengaruhi *transfer pricing*. Secara simultan, pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

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

The Effects Of Taxes, Tunneling Incentive and Bonus Mechanism on Transfer Pricing Decisions (Empirical Study on Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Listed on The Indonesia Stock Exchange 2016-2019).

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the impact of tax, tunneling incentives, and bonus mechanisms on transfer pricing. In this study, the dependent variable is transfer pricing and the independent variables are taxes, tunneling incentives, and bonus mechanisms. This study uses a targeted sampling method for sampling. The target of this survey is the manufacturing industry of the consumer goods industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2016 to 2019, which is a sample of 9 companies in total, and the survey period is 4 years, so the total sample is 36 dates. Multiple regression is the data analysis technique used in this study, and the data was processed using the SPSS version 25 program. The results of this study show that tax variables and bonus mechanisms do not affect transfer pricing decisions, while tax values are $(0.867 > 0.050)$ and bonus mechanism values are $(0.843) > 0.050$. while tunneling incentive variables do affect on transfer pricing decisions, $(0.006 < 0.050)$. At the same time, taxes, tunneling incentives and bonus mechanisms have a significant impact on transfer pricing decisions.

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

PENDAHULUAN

Globalisasi menyebabkan terjadi kemajuan yang pesat di berbagai bidang yang meliputi bidang teknologi, transportasi maupun bidang komunikasi. Perkembangan ini memudahkan perusahaan dalam melakukan transaksi antar negara dimana pengusaha mulai memperluas bisnisnya dengan cara membangun anak perusahaan ataupun cabang perusahaan di dalam dan luar negeri. Perusahaan yang menempatkan anak perusahaannya di berbagai negara disebut perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional melakukan transaksi ekonomi dengan melakukan perdagangan internasional yang melibatkan banyak perusahaan di berbagai negara. Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di suatu negara wajib untuk membayar pajak kepada negara tersebut. Kewajiban membayar pajak tersebut menyebabkan perusahaan merasa bahwa membayar pajak merugikan mereka dan berpotensi menghabiskan keuntungan mereka (Hernawan et al., 2019). Dengan cara ini, perusahaan berusaha untuk membayar pajak serendah mungkin. Karena tarif pajak tiap negara berbeda-beda, maka perusahaan dengan anak perusahaan yang di negara lain memicu perusahaan untuk melakukan usaha-usaha yang dapat meminimalkan pembayaran pajak sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengembangan usaha dan peningkatan keuntungannya. Untuk

mencapai tujuan tersebut, salah satunya dengan melakukan *transferpricing*. *Transferpricing* adalah keputusan perusahaan yang menentukan harga transaksi suatu produk atau jasa yang dilakukan antar departemen dalam suatu perusahaan atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan khusus. Dalam penerapan *transferpricing*, perusahaan melakukan hal tersebut dengan cara menaikkan atau menurunkan harga jual barang secara tidak wajar. Transaksi jual atau beli dengan harga tinggi atau harga rendah dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa seperti antara departemen dalam perusahaan, atau antara perusahaan induk dan anak perusahaan di negara lain. Pajak merupakan salah satu penyebab perusahaan untuk melakukan *transferpricing*. Pajak adalah iuran wajib yang harus dibayarkan baik perorangan maupun badan usaha (Yanti & Hartono, 2019). Tingginya tarif pajak yang dikenakan di beberapa negara menyebabkan perusahaan berupaya dalam meminimalkan pajak yang dibayarkannya jika perusahaan tersebut memiliki perusahaan anak di negara lain yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan *transferpricing* (Refgia, 2017). Dalam jurnal (Saraswati & Sujana, 2017) menyatakan bahwa pajak mempengaruhi *transferpricing*. Namun, menurut temuan (Suhendra et al., 2020) menyatakan tidak ada dampak pajak terhadap *transferpricing*. Faktor lain yang

dapat mempengaruhi harga transfer adalah *tunnellingincentive*, yaitu perilaku pemegang saham mayoritas yang mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan untuk keuntungan pribadi. Namun, apa yang dilakukan pemegang saham mayoritas juga dapat merugikan pemegang saham minoritas, karena juga membantu mendanai biaya tersebut. Seperti yang dikutip dalam jurnal (Hartati et al., 2015) timbulnya tunneling ini disebabkan oleh perbedaan posisi antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Pemegang saham minoritas memiliki posisi yang lebih lemah karena saham yang mereka miliki sangat terbatas daripada mayoritas. Lantaran pemegang saham secara umum dikuasai oleh pihak yang memiliki saham besar dalam perusahaan, sehingga otomatis pihak mereka juga menginginkan keuntungan dan dividen yang besar. Pada saat dividen yang diserahkan oleh perusahaan bukan hanya kepada mayoritas, tetapi minoritas juga memperoleh dividen tersebut, maka hal ini akan sangat memungkinkan mayoritas untuk melakukan usaha dimana aset perusahaan akan dialihkan untuk mereka sendiri ketimbang mendistribusikan dividen kepada minoritas. Semakin besar kepemilikan saham pada suatu perusahaan, maka akan mendatangkan adanya praktik *transferpricing* yang terjadi diperusahaan

tersebut. Dalam jurnal (Nuradila & Wibowo, 2018) menyatakan *tunnelingincentive* berpengaruh terhadap keputusan *transferpricing*, berbeda dengan hasil temuan (Khotimah, 2018) yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara *tunnelingincentive* terhadap *transferpricing*. Mekanisme bonus juga menjadi landasan perusahaan untuk mempraktikkan *transferpricing*. Mekanisme bonus adalah pemberian suatu apresiasi atau bonus yang akan diberikan kepada karyawan dari pemilik perusahaan. Tujuannya adalah agar perusahaan ingin meningkatkan kemampuan karyawannya dalam menjalankan kewajiban dan tanggung jawabnya terhadap perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan perusahaan (Wibowo & Tholok, 2019). Jika bonus yang diberikan berdasarkan laba yang diperoleh suatu perusahaan, maka manajemen berkeinginan untuk melaksanakan praktik *transferpricing* dimana praktik ini untuk mengurangi pembayaran pajak dalam upaya meningkatkan laba perusahaan (Saifudin & Putri, 2018).

Penelitian ini dilakukan karena adanya suatu tujuan. Berdasarkan penjelasan diatas, diketahui hasil penelitian mengenai transfer pricing masih belum konsisten. Oleh sebab itu, penulis ingin mengkaji kembali mengenai pengaruh pajak, *tunnelingincentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transferpricing*. Dalam penelitian ini penulis

ingin mengambil judul “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019)”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Pajak adalah iuran wajib yang dibayarkan kepada negara, membayar pajak merupakan suatu kewajiban dan bersifat memaksa, tidak menerima balas jasa secara langsung (Rachmat, 2019). Menurut Undang-Undang Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), “pajak adalah kewajiban pemerintah dan harus dibayar oleh orang pribadi atau kelompok yang menjalankan kekuasaan menurut undang-undang tanpa imbalan. untuk kepentingan pemerintahan untuk sebesar-besarnya”.

Tunneling Incentive

Tunneling Incentive adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk mengalihkan kekayaan dan keuntungan perusahaan yang hanya menguntungkan pihak pengendali, tetapi pemegang saham minoritas akan dirugikan karena harus menanggung biaya tersebut. Dalam jurnal (Hartati et al., 2015) timbulnya tunneling ini disebabkan oleh perbedaan posisi antara pemegang saham mayoritas dan minoritas.

Pemegang saham minoritas memiliki posisi yang lebih lemah karena saham yang mereka miliki sangat terbatas daripada mayoritas. Dengan demikian, pihak minoritas tidak memiliki keterlibatan langsung atau kekuasaan apa pun dalam pengelolaan bisnis, tetapi pihak mayoritas memiliki hak untuk mengontrol bisnis dan membuat keputusan yang hanya menguntungkan pihak mayoritas. Dengan disparitas yang tidak seimbang ini, terdapat potensi penyelewengan, seperti pengalihan aset bisnis dan keuntungan oleh pihak mayoritas sehingga merugikan pihak minoritas.

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah suatu bentuk penghargaan yang diberikan oleh pemilik usaha kepada karyawannya. Pemberian penghargaan ini dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan kinerja pegawai dalam melaksanakan tugasnya guna mencapai tujuan perusahaan guna memaksimalkan keuntungan perusahaan. Bonus berbasis laba akan cenderung menurunkan harga transfer dengan meminimalkan pembayaran pajak dan meningkatkan laba perusahaan. Jadi kesimpulannya, mekanisme bonus merupakan cara perusahaan dalam memaksimalkan laba bersih perusahaan yang bertujuan untuk memberikan bonus kepada karyawan atas keberhasilan pencapaian tujuan sesuai dengan target perusahaan (Anggraeni, 2018).

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah penentuan harga transaksi barang atau jasa antar departemen dalam suatu perusahaan atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan khusus. Hukum pajak mengacu pada istilah *transfer pricing* dalam transaksi Antara pihak terkait. Hal ini tertuang dalam Pasal 18 (4) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. UU PPh No. 36 Tahun 2008 juga memuat aturan yang mengatur masalah *transfer pricing*. Aturan penetapan harga transfer biasanya mencakup beberapa hal mengenai hubungan istimewa, dan hak untuk melakukan koreksi jika transaksi tersebut bukan merupakan transaksi yang wajar (Arm's Length).

METODE

Metode Penelitian

Jenis data yang difokuskan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data yang menitikberatkan pada angka-angka yang akurat yang selanjutnya akan diolah berdasarkan analisis statistik. Data sekunder menjadi sumber data yang digunakan dan didapatkan laporan keuangan tahunan perusahaan yang tercatat di BEI yang dapat diakses melalui situs resmi BEI (idx.co.id).

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel independen. Pajak diukur dengan menggunakan pengukuran rasio pajak melalui pengukuran ETR (*Effective Tax Rate*). Nilai

ETR suatu perusahaan didapatkan dengan membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak yang dimiliki perusahaan. Berikut rumusnya:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber: (Purwanto & Tumewu, 2018)

Variabel independen kedua adalah *Tunneling incentive*, diprosikan dengan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing (PSAK No. 15). Berikut rumusnya:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Sumber : (Hidayat et al., 2019)

Mekanisme bonus menjadi variabel independen ketiga, dimana diukur dengan menggunakan indeks trend laba bersih. Berikut rumusnya:

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba bersih tahun } t}{\text{Laba bersih tahun } t - 1}$$

Sumber : (Surjana, 2020)

Variabel dependen yang dipakai adalah *transfer pricing*. Hal ini dapat dilihat dengan membagi transaksi pihak berelasi perusahaan dengan total piutang perusahaan. Piutang usaha timbul dari transaksi margin perusahaan. Adanya klaim terkait merupakan bukti bahwa Perusahaan sedang melakukan transaksi antar pihak berelasi. Berikut Rumusnya:

$$\text{[Empty Box]}$$

$$RPT = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

Sumber: (Priyanti & Suryarini, 2020)

Penentuan Sampel

Populasi yang ditentukan oleh penulis dalam survei ini adalah perusahaan manufaktur di industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016 hingga 2019. Berdasarkan proses sampling dari 41 populasi yang ada, 9 perusahaan disurvei selama 4 periode, sehingga tersedia 36 sampel.

Tabel II.1
Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	DLTA	Delta Jakarta Tbk
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
4	ROTI	Nippon Indosari Corporation Tbk
5	SKBM	Sekar Bumi Tbk
6	TCID	Mandom Indonesia Tbk
7	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2021

Metode Analisis Data

Untuk menjalankan pengujian ini, gunakan aplikasi atau program IBM SPSS versi 25 yang menguji bagaimana variabelindependen mempengaruhi variabeldependen dan membandingkannya

dengan hipotesis yang diidentifikasi dalam model pengujian.

Uji Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) pengujian ini adalah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan sebelumnya, sehingga nantinya dapat diambil kesimpulan dari pengujian data yang telah dilakukan. Peneliti hanya menggunakan *min*, *max*, *mean* dan *std. deviation* dari variabel-variabel yang dijadikan penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi apakah variabelresidual dalam model regresi berdistribusi normal. uji normalitas dapat diuji dengan menggunakan *Kolmogorovsmirnov*.

Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa pengujian ini merupakan eksperimen yang dirancang untuk menguji apakah model regresi menunjukkan korelasi untuk variabel independen. Tidak adanya masalah korelasi antar variabel bebas menandakan model regresi sudah baik. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dikonfirmasi dari nilai VIF. Batas VIF adalah kurang dari 10, dan toleransinya lebih dari 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa tes ini adalah untuk melihat apakah model regresi mengandung ketidaksetaraan varians

untuk residual untuk semua pengamatan. Jika model regresi tidak menghasilkan varians variabel maka model regresi dianggap baik.

Uji Autokorelasi

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat confounding error antara selang waktu t dan selang waktu t1 yang ada pada model regresi linier. Jika terjadi autokorelasi, maka terdapat masalah autokorelasi dimana autokorelasi tidak akan terjadi untuk menunjukkan bahwa model regresi baik. Peneliti menggunakan uji DurbinWatson (DW). Rentang untuk tes ini adalah 2 hingga +2.

Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dirancang untuk memperkirakan seberapa besar kemungkinan model menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien mempunyai nilai 0 sampai 1. Ketika nilai adjusted R2 berada di angka 0, berarti variabel independennya tidak mampu untuk menjelaskan variabel dependennya secara lengkap. Sebaliknya kalau nilai ini berada di angka 1, berarti variabel independennya mampu untuk menjelaskan secara rinci untuk menyelidiki variabel dependen.

Uji Hipotesis

Uji T Parsial

Uji t untuk memprediksi bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen. Uji ini sudah ditetapkan dengan nilai sig < 0,05, berarti adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan hipotesis yang ditetapkan juga dapat diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji f bertujuan untuk memprediksi seluruh variabel dependen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Uji ini sudah ditetapkan dengan nilai sig < 0,05 atau fhitung>ftabel, yang berarti Ha diterima dan Ho ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel IV.1

Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min imu m	Maxi mum	Mean	Std. Deviati on
Pajak	36	,09	,81	,2756	,10258
Tunneling Incentive	36	,18	,92	,5850	,22823
Mekanisme Bonus	36	,06	1,86	1,0442	,35913
Transfer Pricing	36	,00	1,00	,3897	,38535
Valid N (listwise)	36				

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti Berdasarkan hasil pengujian terbukti bahwa sampel penelitian ini berjumlah 36 data sampel.

Berikut ini penjelasan dari hasil pengujian:

1. Transfer Pricing (Y) terendah 0,00 dan tertinggi 1,00. Rata-rata yang dihasilkan 0,3897 atau setara dengan 38,97% dan standar deviasi 0,38535.
2. Pajak (X1) terendah 0,09 dan tertinggi 0,81. Rata-rata yang dihasilkan 0,2756 atau setara dengan 27,56% dan standar deviasi 0,10258.
3. Tunneling Incentive (X2) terendah 0,18 dan tertinggi 0,92. Rata-rata yang dihasilkan 0,5850 atau setara dengan 58,50% dan standar deviasi 0,22823.
4. Mekanisme Bonus (X3) terendah 0,06 dan tertinggi 1,86. Rata-rata yang dihasilkan 1,0442 atau setara dengan 104,42% dan standar deviasi 0,35913.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel IV.2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters a,b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33671038
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,143
	Positive	,106
	Negative	-,143
Test Statistic		,143
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061 ^c
Monte Carlo	Sig.	,422 ^d

Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	,409
		Upper Bound	,435

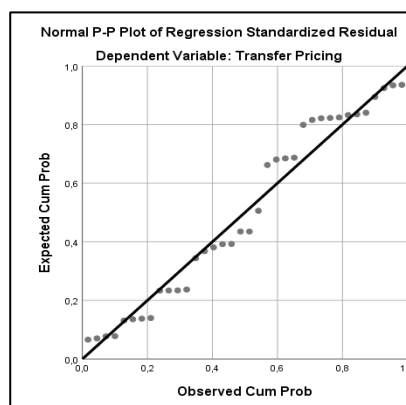
Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil pengujian dapat terlihat nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,061 > 0,05 berarti data untuk penelitian ini berdistribusi normal sehingga data-data tersebut layak untuk digunakan.

Selain uji OneSample KolmogrovSmirnov, terdapat uji dalam grafik probabilitas normal untuk melihat penyebaran data. Data dapat dikatakan normal jika sebaran datanya meluas disekitar garis diagonal dan cenderung membentuk lurus. Hasil berikut ditunjukkan pada Gambar IV.1 :

Gambar IV.1

Hasil Uji Normal P-Plot



Sumber: Data SPSS 25, diolah oleh peneliti
Seperti yang ditunjukkan di atas pada grafik P Plot, bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Ini berarti bahwa asumsi normal terpenuhi.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pajak	,747	1,338
	Tunneling Incentive	,867	1,153
	Mekanisme Bonus	,722	1,385

Multikolonieritas

Uji Multi kolonieritas
Tabel IV.3 Hasil Uji

Uji Autokorelasi

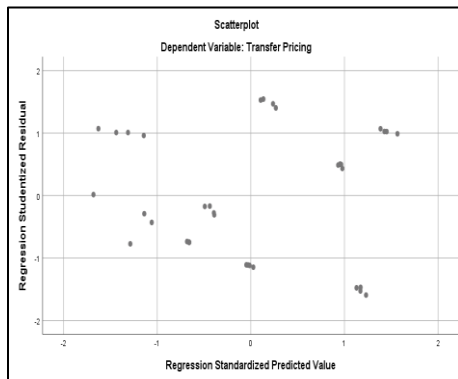
Tabel IV.4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,486 ^a	,237	,165	,35214	,732

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti
 Berdasarkan hasil yang telah diuji diketahui seluruh variabel independen mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 berarti tidak terjadi masalah multikolonieritas

Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti
 Mengacu pada Gambar IV.2, scatter plot di atas menunjukkan titik - titik tersebut tidak membentuk pola yang jelas dan menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berarti dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti
 Berdasarkan hasil yang sudah diuji, nilai durbinwatson sebesar 0,732. Nilai ini berada diantara -2 sampai +2 atau secara matematis $-2 < 0,732 < +2$ berarti tidak terjadi gejala autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,021	,363		-,058	,954
	Pajak	-,113	,671	-,030	-,169	,867
	Tunneling Incentive	,825	,280	,489	2,946	,006
	Mekanisme Bonus	-,039	,195	-,036	-,199	,843

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti
 Nilai konstanta -0,021 berarti apabila variabel independen (pajak, *tunneling incentive*

dan mekanisme bonus) bernilai 0 maka akan menghasilkan nilai variabel dependen *transfer pricing* adalah sebesar -0,021.

Nilai koefisien regresi pajak adalah -0,113 Artinya setiap kenaikan 1 satuan dari nilai pajak menunjukkan bahwa *transfer pricing* mengalami penurunan sebesar 0,113.

Nilai koefisien regresi *tunneling incentive* 0,825. Artinya setiap kenaikan 1 satuan dari *tunneling incentive* menunjukkan bahwa *transfer pricing* akan mengalami kenaikan sebesar 0,825.

Nilai koefisien regresi mekanisme bonus -0,039. Artinya setiap kenaikan 1 satuan dari mekanisme bonus menunjukkan bahwa *transfer pricing* mengalami penurunan sebesar 0,039.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel IV.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,486 ^a	,237	,165	,35214	,732

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil yang sudah diuji diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,165 atau setara dengan 16,5%. Itu berarti seluruh variabel independen yang ada pada penelitian ini untuk menjelaskan variabel

dependennya sangat terbatas, dan sisanya 83,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
						B
1	(Constant)	-,021	,363		-,058	,954
	Pajak	-,113	,671	-,030	-,169	,867
	Tunneling Incentive	,825	,280	,489	2,946	,006
	Mekanisme Bonus	-,039	,195	-,036	-,199	,843

Uji Hipotesis

Uji T Parsial

Tabel IV.7
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Sumber : Data SPSS 25, diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil yang sudah diuji menunjukkan pajak mempunyai nilai signifikansi 0,867 > 0,05 itu berarti pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian (Rachmat, 2019) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian (Mispianiti, 2015) dan (Saifudin & Putri, 2018) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil yang sudah diuji menunjukkan *tunneling incentive* mempunyai nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ itu berarti *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian (Refgia, 2017) dan (Saraswati & Sujana, 2017) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil yang sudah diuji menunjukkan mekanisme bonus mempunyai nilai signifikansi $0,843 > 0,05$ itu berarti mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Santosa & Suzan, 2018) bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian (Indrasti, 2016) dan (Nuradila & Wibowo, 2018) bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Uji F Simultan

Tabel IV.8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	1,229	3	,410	3,304	,033 ^b
	Residual	3,968	32	,124		
	Total	5,197	35			

Sumber: Data SPSS 25, diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil yang sudah diuji diketahui nilai signifikannya 0,033 dan nilai f hitung 3,304. Nilai ftabel yang diperoleh 2,90. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($3,304 > 2,90$) dengan nilai sig $0,033 < 0,05$ yang berarti bahwa pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

KESIMPULAN

Pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Jika dilihat pada tingkat ETR yang ada pada seluruh perusahaan yang diuji dimana sebagian besar memiliki tingkat ETR yang tinggi, maka dapat diartikan bahwa kecenderungan untuk melakukan *Transfer Pricing* rendah.

Tunneling Incentive berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Tingkat *Tunneling Incentive* yang tinggi cenderung mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan *Transfer Pricing*.

Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dikarenakan Mekanisme Bonus berperan dalam memanipulasi laba dan dalam hal ini nilai laba yang cukup stabil maka perusahaan kurang tertarik untuk memanipulasi harga transfer dalam memaksimalkan penerimaan bonus.

Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus secara simultan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

REFERENSI

- Anggraeni, R. D. (2018). Pengaruh Komisaris Independen , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi - V Ol . 10 . N O . 1 (2018) , 1 , 43–58. , 1 , 43–58.*
- Bursa Efek Indonesia. (2021). *Bursa Efek Indonesia*. Bursa Efek Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA*, 241–246.
- Hernawan, E., Kusnawan, A., Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). Implementation of tax consultant monitoring information system to increase client satisfaction with E-CRM. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8 Special Issue), 2419–2428.
- Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), 235–240.
- Indrasti, A. W. (2016). *Profita Volume 9. No. 3. Desember 2016 Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing.* 9(3), 348–371.
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunnelin Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125–138.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*, 16(1), 62–73.
- Nuradila, R. F., & Wibowo, R. A. (2018). Tax Minimization sebagai Pemoderasi Hubungan antara Tunneling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Covenant dengan Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, 1(1). <https://doi.org/10.22515/jifa.v1i1.1135>
- Priyanti, D. W., & Suryarini, T. (2020). Keputusan Perusahaan Dalam Praktik Transfer Pricing Yang Dipengaruhi Oleh Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Dan Sales Growth. *Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, 121.
- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v14i1.1412>
- Rachmat. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 21. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 1960–1970.
- Saifudin, & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Emiten Bei. *Agregat*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.22236/agregat>
- Santosa, S. jasmine D., & Suzan, L. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek

- Indonesia Tahun 2013-2016). *Kajian Akuntansi*, 19(1), 72–80.
- Saraswati, G. A. R. S. &, & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 1960–1970.
- Suhendra, A. D., Asworowati, R. D., & Ismawati, T. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析
Title. *Akrab Juara*, 5(1), 43–54.
- Surjana, M. T. (2020). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Mekanisme Bonus terhadap Penerapan Transfer Pricing. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 5(2), 1–12.
- Wibowo, F. P., & Tholok, F. W. (2019). Pengaruh Pekerjaan, Promosi, Rekan Kerja, Atasan, Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Studi Kasus Di Pt. Primissima Medari Sleman Yogyakarta. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 218. <https://doi.org/10.35448/jmb.v11i2.6060>
- Yanti, L. D., & Hartono, L. (2019). Effect of Leverage, Profitability and Company Size on Tax Aggressiveness. (Empirical Study: Subsector Manufacturing Companies Food, Beverage, Cosmetics and Household Purposes Manufacturing Listed on the Indonesia Stock Exchange for 2014-2017). *ECo-Fin*, 1(1 SE-Articles), 1–11. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.52>