



**PENGARUH TARIF PAJAK EFEKTIF, *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME BONUS, DAN *EXCHANGE RATE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2022)**

**Yudi Partama Putra<sup>1</sup>, Novita Kusuma Putri<sup>2</sup>**  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1,2</sup>  
[novitakusuma1411@gmail.com](mailto:novitakusuma1411@gmail.com)<sup>1</sup>

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 19/06/2025  
Direvisi : 25/06/2025  
Disetujui : 30/06/2025

**Keywords:**

*Transfer Pricing, Bonus Mechanisms, Taxes, Tunneling Incentives, Exchange Rates*

**Kata Kunci:**

Transfer Pricing,  
Mekanisme Bonus, Pajak,  
Tunneling Incentive,  
Exchange Rate

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of bonus mechanisms, taxes, tunneling incentives, exchange rates, and company size on transfer pricing practices in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020–2022 period. The research method used is a quantitative method with a logistic regression approach, where the sample was determined through purposive sampling of 47 companies that met the criteria. The results show that the variables of bonus mechanisms, taxes, and tunneling incentives have a significant effect on transfer pricing practices, while exchange rates and company size have no significant effect. The conclusion of this study is that managerial incentives and fiscal pressure play an important role in encouraging companies to practice transfer pricing, while exchange rate fluctuations and company scale are not dominant factors.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mekanisme bonus, pajak, tunneling incentive, exchange rate, dan ukuran perusahaan terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan regresi logistik, di mana sampel ditentukan melalui purposive sampling sebanyak 47 perusahaan yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel mekanisme bonus, pajak, dan tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap praktik transfer pricing, sedangkan exchange rate dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa insentif manajerial dan tekanan fiskal memainkan peran penting dalam mendorong perusahaan melakukan praktik transfer pricing, sementara fluktuasi nilai tukar dan skala perusahaan bukan faktor dominan.

**PENDAHULUAN**

Era globalisasi saat ini semakin meningkat yang dimana menyebabkan tidak ada lagi batasan untuk melakukan berbagai macam aktivitas. Munculnya era globalisasi saat ini banyak menimbulkan berbagai macam dampak bagi kehidupan manusia di berbagai aspek, salah satunya adalah dalam aspek perekonomian (Ayshinta dkk, 2019). Perkembangan saat ini ditandai dengan banyak berdirinya perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional sendiri merupakan perusahaan yang terbentuk dari satu perusahaan yang mendirikan anak perusahaannya di luar negeri (Ainiyah, 2019). Kebebasan mengembangkan bisnis ini mempermudah perusahaan melakukan transaksi bisnisnya baik antar divisi maupun antar perusahaan (Azhar dan Setiawan, 2021). Menurut Refgia (2017) perusahaan dapat melakukan transaksi bisnisnya melalui perusahaan berelasi atau yang memiliki hubungan



yang istimewa, maka dengan begitu perusahaan akan mudah membuat harga beli dan jual dalam perusahaan yang sama atau disebut *transfer pricing*.

*Transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, dan transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan (Makhmudah dan Djohar, 2023). Ada dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, pertama *intra-company* yaitu *transfer pricing* antar divisi dalam suatu perusahaan dan kedua *inter-company* yaitu *transfer pricing* antar dua perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Saputra dkk, 2020). Praktik ini bisa dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup atau mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Lestari dkk, 2021). Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan begitu perusahaan akan melakukan penghindaran pajak (Mirandha dkk, 2022). Fenomena yang berkaitan dengan *transfer pricing* terjadi pada 2019 lalu. Melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) pemerintah mendalami dugaan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan batu bara PT Adaro Energy Tbk dengan skema *transfer pricing* melalaui anak perusahaan yang berada di Singapura. LSM *Internasional Global Witness* yang bergerak diisu lingkungan hidup menerbitkan laporan investigasi dengan penghindaran pajak perusahaan Adaro Energy. Dalam laporan itu, PT Adaro diindikasikan melarikan pendapatan dan labanya ke luar negeri sehingga dapat menekan pajak yang dibayarkan kepada pemerintah Indonesia. Menurut *Global Witness*, cara ini dilakukan dengan menjual batu bara dengan harga murah ke anak perusahaan Adaro di Singapura (*Coltrade Service International*) untuk dijual lagi dengan harga tinggi ([www.merdeka.com](http://www.merdeka.com)).

Tarif pajak efektif atau *effective tax rate* merupakan tarif pajak yang harus dibayarkan perusahaan (Hertanto dkk, 2023). Hal ini selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Tarif pajak efektif sangat berguna untuk mengukur berapa beban pajak yang sebenarnya akan dibayar perusahaan itu sendiri (Baiti dan Suryani, 2020). Semakin tinggi nilai *effective tax rate* maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayar perusahaan, sehingga perusahaan semakin terpacu untuk melakukan minimalisasi pajak dengan cara melakukan *transfer pricing* (Yumana dkk, 2021).

*Tunneling incentive* merupakan suatu perilaku manajer atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun pemilik saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan (Tania dan Kurniawan, 2019). Akibat yang muncul dari tindakan *tunneling incentive* ini adalah berkurangnya pendapatan yang akan diperoleh para pemegang saham minoritas. Salah satu bentuk *tunneling* adalah peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan laba perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa (Jayanti dan Supadmi, 2023). Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya (Yumana dkk, 2021).

Mekanisme bonus merupakan kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian dari tujuan yang telah ditargetkan oleh perusahaan (Badri dkk, 2021). Pemberian berupa imbalan karena mampu mencapai target atas laba perusahaan merupakan hal yang paling sering diberikan kepada direksi atau manajer (Sari dan Puryandani, 2019). Manajer biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya meningkat (Hertanto dkk, 2023). Manajer dapat memanipulasi laba dengan melakukan tindakan yang



mengatur laba bersih untuk memaksimalkan pemberian bonus (Hutabarat dan Ardillah, 2022). Semakin tinggi laba perusahaan yang ingin dicapai untuk memaksimalkan bonus maka semakin tinggi pula praktik *transfer pricing* akan dilakukan untuk mendapatkan laba untuk kepentingan pribadi (Suastini dan Yuniasih, 2022).

*Exchange rate* merupakan nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau kemudian hari dengan mata uang negara-negara asing dalam waktu tertentu (Rosmawati dan Ginting, 2022). Nilai tukar mata uang antar satu negara dengan negara lainnya sangat berbeda setiap harinya, hal ini mampu dijadikan sebagai pertimbangan oleh suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* atau tidaknya (Rahman dan Cheisviyanny, 2020). Semakin menguatnya nilai tukar mata uang asing akan mempengaruhi pertimbangan manajer perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* ke mata uang negara yang menguat untuk meminimalkan kerugian akibat selisih kurs sehingga keuntungan perusahaan dapat maksimal (Jayanti dan Supadmi, 2023). Menurut Sari dan Wicaksananingtyas (2020) harga tukar yang berbeda juga akan mempengaruhi harga produksi, karena pembelian bahan baku yang mahal atau murah dari luar negeri akan meningkatkan atau menurunkan harga produksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Hertanto dkk (2023) mengungkapkan bahwa tarif pajak efektif berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Yudhistira dkk (2023) yang menyatakan bahwa tarif pajak efektif tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Tarmidi dan Novitasari (2022) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, berbanding terbalik dengan penelitian Rahayu dkk (2020) yang mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian Cristina dan Murtiningtyas (2021) mengungkapkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti dan Asalam (2021) yang mengungkapkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian dari Ayshinta dkk (2019) mengungkapkan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Marfuah dkk (2019) yang mengungkapkan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Ketidak konsistenan hasil dari penelitian sebelumnya, memotivasi peneliti untuk menguji kembali penelitian terkait pengaruh tarif pajak efektif, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Herlina & Murniati (2023) dengan judul *Effect of Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanism on Transfer Pricing Decision*. Dengan menggunakan tarif pajak efektif, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sebagai variabel independen.

## TINJAUAN LITERATUR

### Teori Keagenan

Menurut Jensen & Meckling (1976) *theory agency* merupakan hubungan yang terjadi antara manajer suatu perusahaan (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*). Terdapat perbedaan kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan manajer (*agent*) yang menimbulkan perbedaan antara kepentingan individu dengan kepentingan perusahaan (Adelia dan Santioso, 2021). Teori keagenan menyebutkan bahwa *agent* ataupun *principal* akan



termotivasi oleh kepentingan masing-masing yaitu memaksimalkan keuntungan subjektif mereka sendiri (Rahayu dkk, 2020).

### Teori Sinyal

Teori sinyal atau *signal theory* digunakan untuk menguji bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajer untuk merealisasikan keinginan pemilik (Sari dan Kurniatio, 2022). Teori sinyal juga menjelaskan bahwa sinyal merupakan upaya pemberi informasi yang akurat kepada pihak lain agar dapat membuat keputusan investasi yang baik. Pengumuman perusahaan dapat diinterprestasikan sebagai sinyal positif atau negatif bagi investor untuk menentukan apakah akan melakukan investasi pada perusahaan (Noviadewi dan Mulyani, 2020). Sinyal positif akan menandakan prospek yang baik bagi perusahaan, sedangkan sinyal negatif menandakan sebaliknya (Yudhistira dkk, 2023).

Variabel *transfer pricing* dihitung menggunakan rasio *Related Party Transaction/ RPT* (Melmusi, 2016).

$$RPT = \frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}}{\text{Jumlah Piutang}}$$

Variabel tarif pajak efektif dihitung dengan melihat nilai *effective tax rate* (Viviany, 2018).

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

Variabel *tunneling incentive* dengan menggunakan rasio sebagai berikut (Nuradila & Wibowo, 2018).

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Variabel mekanisme bonus dihitung dengan menggunakan rasio Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) (Rahmawati, 2018).

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun (t)}}{\text{Laba Bersih Tahun (t-1)}}$$

Variabel *exchange rate* dihitung dengan menggunakan rasio sebagai berikut (Baiti dan Suryani, 2020).

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba (Rugi) Selisih Kurs}}{\text{Laba (Rugi) Sebelum Pajak}}$$

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa data kuantitatif atau angka yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan yang kemudian digunakan untuk menghitung nilai dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Data-data keuangan tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi E-Views 12 yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik dengan *basic windows*. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada perusahaan manufaktur periode 2017-2022. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari 21 Desember sampai dengan 20 Mei 2024. Banyaknya populasi pada penelitian ini adalah 158 perusahaan manufaktur dengan penggunaan teknik pengambilan sampel menggunakan *porpositive sampling* sampel yang terpilih ada 16 perusahaan manufaktur dalam jangka waktu penelitian selama enam tahun. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah regresi data panel. Regresi data panel



digunakan dalam penelitian ini karena data yang digunakan merupakan data gabungan dari data *cross section* dan *time series*. Data panel adalah gabungan dari data *cross section* dengan data *time series*, yaitu beberapa objek penelitian dengan beberapa periode atau tahun. *Cross section* adalah sekelompok data dari beberapa objek penelitian di tahun yang sama, sedangkan *time series* adalah sekelompok data dari beberapa tahun atau periode pada satu objek penelitian (Hendryadi, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.1**  
**Hasil Uji Chow**

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: CHOW  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	81.454166 272.41940	(15,76)	0.0000
Cross-section Chi-square	0	15	0.0000

Berdasarkan pada tabel 1 hasil uji *chow* menunjukkan nilai probabilitas *cross-section* F sebesar 0.0000. Nilai probabilitasnya lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0.05 ( $0.0000 < 0.05$ ) yang artinya menerima hipotesis. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menggunakan model *Fixed effect* dan perlu melanjutkan uji selanjutnya yaitu uji hausman.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects – Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.019036	4	0.7323

Berdasarkan pada tabel 2 hasil uji hausman menunjukkan nilai probabilitas *cross-section* F sebesar 0.7323. Nilai probabilitasnya lebih besar dari nilai  $\alpha$  0.05 ( $0.7323 > 0.05$ ) yang artinya menerima hipotesis nol. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah



menggunakan model *random effect* dan perlu melanjutkan uji selanjutnya yaitu uji langrange multiplier.

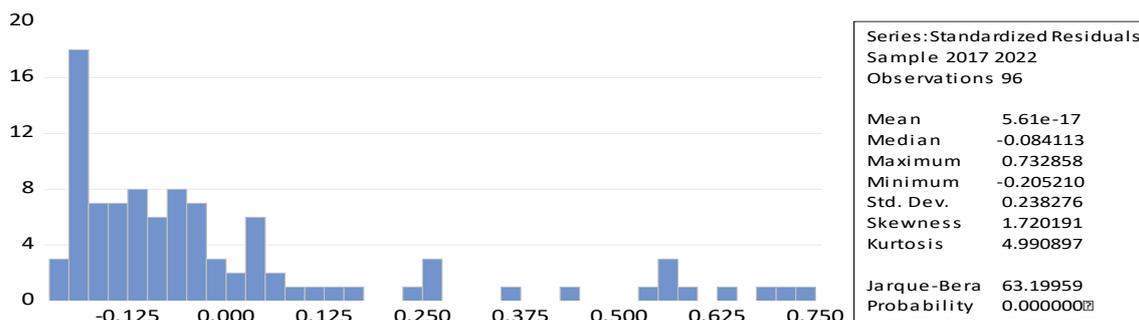
**Tabel 3.**  
**Uji Langrange Multiplier**

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects  
Null hypotheses: No effects  
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided  
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	192.3361 (0.0000)	2.732193 (0.0983)	195.0683 (0.0000)

Berdasarkan hasil tabel 3 hasil uji langrange multiplier menunjukkan nilai probabilitas *breusch-pagan* sebesar 0.0000. Nilai probabilitasnya lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0.05 ( $0.0000 < 0.05$ ) yang artinya menerima hipotesis. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah estimasi model regresi yang paling baik adalah *random effect model*. Jadi hasil dari metode evaluasi antara model (CEM, FEM, dan REM) dan pengujian yang dilakukan (uji chow, uji hausman, dan uji Langrange Multiplier), dapat disimpulkan bahwa model regresi yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model* (REM).

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Normalitas**



Tabel 4 memberikan hasil *Jarque-Bera* (JB) sebesar 63,19959 dan nilai probabilitas sebesar 0.000000. Hasil ini lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Jika uji normalitas menghasilkan hasil yang secara umum tidak normal, maka asumsi *central limit theorem* menyatakan bahwa ketika berhadapan dengan observasi penelitian yang besar, distribusi mean sampel dapat diasumsikan normal.



**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	0.086955	0.171279	0.092546
X2	0.086955	1.000000	-0.042084	-0.178951
X3	0.171279	-0.042084	1.000000	0.088739
X4	0.092546	-0.178951	0.088739	1.000000

Tabel 5 menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen mempunyai nilai korelasi kurang dari 0,90 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinieritas antar variabel independen sehingga multikolinieritas terpenuhi.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedasticity Test: Glejser

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.875897	Prob. F(4,91)	0.1214
Obs*R-squared	7.312875	Prob. Chi-Square(4)	0.1202
Scaled explained SS	8.786482	Prob. Chi-Square(4)	0.0667

Tabel 6 di atas menjelaskan bahwa nilai *Obs\*R-squared* sebesar 7,312875 Prob. *Chi-Square* (4) adalah 0,1202. Artinya nilai probabilitasnya sebesar 0,1202 > 0,05 maka dapat disimpulkan uji heteroskedastisitas lolos pada hasil pengujian.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Regresi Data Panel**

Variable	Coefficie	nt Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.302362	0.114664	2.636939	0.0098
X1	0.343312	0.158905	-2.160492	0.0334
X2	0.132043	0.158883	-0.831068	0.4081
X3	0.021768	0.015149	1.436906	0.1542
X4	0.150091	0.161716	0.928115	0.3558

$$Y = 0.302362 - 0.343312 * X1 - 0.132043 * X2 + 0.021768 * X3 + 0.150091 * X4$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut yaitu:

1. Koefisien konstanta (c) sebesar 0,302362 dengan nilai positif diartikan bahwa variabel *transfer pricing* (Y) akan bernilai 0,302362. Jika jumlah tarif pajak efektif (X1), *Tunneling Incentive* (X2), Mekanisme Bonus (X3), *Exchange Rate* (X4), masing-masing variabel tetap.



2. Koefisien sifat tarif pajak efektif (X1) sebesar -0.343312 berarti setiap kenaikan variabel tarif pajak efektif sebesar 1%, maka tarif pajak efektif akan turun sebesar -0.343312 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien sifat *tunneling incentive* (X2) sebesar -0.132043 berarti setiap kenaikan variabel *tunneling incentive* sebesar 1% maka *tunneling incentive* akan turun sebesar -0.132043 satuan dengan asumsi variabel lain yang tidak mengalami perubahan atau konstan.
4. Koefisien sifat mekanisme bonus (X3) sebesar 0.021768 berarti setiap kenaikan variabel mekanisme bonus sebesar 1% maka mekanisme bonus akan naik sebesar 0.021768 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
5. Koefisien sifat *exchange rate* (X4) sebesar 0.150091 berarti setiap kenaikan variabel *exchange rate* sebesar 1% maka *exchange rate* akan naik 0.150091 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji T**

Variable	t-Statistic	Prob.
C	2.636939	0.0098
Tarif Pajak Efektif	-2.160492	0.0334
<i>Tunneling Incentive</i>	-0.831068	0.4081
Mekanisme Bonus	1.436906	0.1542
<i>Exchange Rate</i>	0.928115	0.3558

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji F**

Cross-section random	0.254175	0.9418
Idiosyncratic random	0.063177	0.0582
Weighted Statistics		
Root MSE	0.060837	R-squared 0.071706
Mean dependent var	0.018871	Adjusted R-squared 0.030902
S.D. dependent var	0.063474	S.E. of regression 0.062486
Sum squared resid	0.355307	F-statistic 1.757326
Durbin-Watson stat	0.979843	Prob(F-statistic) 0.144333
Unweighted Statistics		
R-squared	0.020133	Mean dependent var 0.186927
Sum squared resid	5.393669	Durbin-Watson stat 0.064547

Berdasarkan hasil output E-Viwes 12 pada tabel di atas, menunjukkan Prob(F-statistic) uji F adalah 0,144333 yang bernilai lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak sehingga secara bersama-sama variabel tarif pajak efektif, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.



**Tabel 10.**  
**Hasil Uji *Adjusted R*<sup>2</sup>**

<i>Transfer Pricing</i>	R-squared	0.071706
	Adjusted R-squared	0.030902

Hasil pengujian pada tabel 10 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,030902 atau 3,09%. Hasil ini menunjukkan bahwa persentase variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 3,09% atau dapat diartikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model manapun menjelaskan sebesar 3,09% terhadap variabel dependennya. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Tarif Pajak Efektif Terhadap *Transfer Pricing***

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 1.8 diperoleh t-statistik sebesar -2.1604 dengan nilai probabilitas sebesar  $0.0334 < 0.05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tarif pajak efektif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Tarif pajak efektif berpengaruh secara signifikan terhadap *transfer pricing*, namun dengan arah pengaruh negatif. Penelitian ini mendukung teori keagenan yang dimana manajer perusahaan mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan perusahaan mewakili pemegang saham sebagai pihak *principal*. Pemegang saham menginginkan laba perusahaan yang tinggi sehingga akan memperoleh keuntungan yang besar namun beban pajak yang harus dibayar juga akan besar. Hal ini berarti semakin kecil tarif pajak efektif perusahaan, berarti beban pajak yang dibayarkan atas laba yang diperoleh akan semakin kecil, maka kemungkinan pihak manajer perusahaan melakukan *transfer pricing* semakin besar.

Tarif pajak efektif yang kecil menunjukkan bahwa manajer akan melakukan manipulasi laba dalam perencanaan pembayaran pajak perusahaan sehingga dapat meminimalkan pembayaran pajaknya dengan cara melakukan *transfer pricing* yaitu dengan cara mentransfer laba perusahaan ke pihak berelasi. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki tarif pajak efektif yang semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* semakin kecil, karena manajer tidak mencoba mengurangi beban pajak melalui praktik *transfer pricing*. Apabila beban pajak yang dibayarkan jika perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan pihak berelasi di luar negeri tinggi dikarenakan tarif pajaknya juga tinggi, maka keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* akan menurun karena pihak manajer cenderung tidak akan berpikir melakukan praktik yang akan menyebabkan pajak yang harus dibayarkan semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Adelia dan Santioso (2021); Sari dan Wicaksananingtyas (2020); Fadilah (2019); Marfuah dan Azizah (2014) yang memperoleh hasil bahwa tarif pajak efektif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin rendah nilai tarif pajak suatu perusahaan, maka indikasi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, jika nilai tarif pajak suatu perusahaan itu tinggi, maka indikasi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* semakin rendah. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hertanto dkk (2023); Marliana dkk (2022); Yumana dkk (2021); Diana dan Mawardi (2020) yang menyatakan tarif pajak efektif berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.



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

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diketahui bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai probabilitasnya sebesar  $0,4081 > 0,05$  sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Dalam *theory agency* disebutkan bahwa konflik keagenan muncul karena adanya masalah kepentingan antara pemegang saham mayoritas dengan manajer perusahaan. Sifat struktur kepemilikan sebuah perusahaan memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi yaitu satu pihak mempunyai kendali atas perusahaan, masalah keagenan berbeda dengan para pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* merupakan pengalihan sumber daya dari dalam perusahaan kepada pemegang saham mayoritas atau pengendali. Maka dari itu dalam penelitian ini tidak mendukung *theory agency* karena walaupun adanya perbedaan pihak pemegang saham mayoritas yang memiliki atas kendali perusahaan pihak manajer akan mencari cara lain untuk mendapatkan keuntungan yang lebih menguntungkan bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan Wiharja dan Sutandi (2023); Tarmidi dan Novitasari (2022); Azhar dan Setiawan (2021); Sarifah dkk (2019) yang mengatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan dalam melakukan tindakan *transfer pricing*, yang artinya semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive* maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Penelitian ini sejalan dengan Hertanto dkk (2023); Yumana (2021); Rahayu dkk (2020); Ayshinta dkk (2019) *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa pemegang saham mayoritas tidak menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajer dalam melakukan *transfer pricing* atau bisa juga diartikan bahwa tidak dikendalikan dengan pemegang saham mayoritas perusahaan akan tetap melakukan *transfer pricing* (Ayshinta dkk, 2019).

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

Menurut Badri dkk (2021), bonus merupakan penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian dari tujuan yang ditargetkan perusahaan. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajer dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*. Hasil pengujian hipotesis mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada tabel 1.8 menunjukkan nilai probabilitasnya sebesar 0,1542, hal ini menunjukkan bahwa variabel mekanisme bonus berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *transfer pricing*, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal tersebut dikarenakan perusahaan telah memiliki pola pengambilan keputusan yang lebih bijak untuk kepentingan jangka panjang perusahaan dan demi menjaga nama baik perusahaan di mata masyarakat, jika hanya karena motif untuk mendapatkan bonus tidak seharusnya perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan dapat melakukan manajemen perusahaan baik yang dapat berpengaruh terhadap pencapaian laba yang maksimal seperti melakukan manajemen pajak yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dimana nantinya akan memiliki potensi dalam meningkatkan laba perusahaan sehingga dengan hal tersebut mekanisme bonus tidak mendorong perusahaan melakukan tindakan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan hipotesis yang mendukung *theory agency* yang mengatakan bahwa pihak manajer akan melakukan tindakan manipulasi laba



perusahaan untuk kepentingan pribadi dalam mendapatkan bonus. Serta tidak mendukung teori sinyal yang menjelaskan bahwa sistem pemberian bonus akan memberikan sinyal dan berpengaruh untuk melakukan rekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan mengatur laba bersih perusahaan untuk dapat memaksimalkan bonus yang nantinya akan mereka terima sehingga mereka memilih cara lain untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

Dengan demikian hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angarsari (2023); Setyorini dan Nurhayati (2022); Cristina dan Murtiningtyas (2021); Ratsianingrum dkk (2020); Tania dan Kurniawan (2019) yang menyimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*, namun penelitian ini sejalan dengan Adhika dan Wulandari (2023); Agustin dan Stiawan (2022); Widiyastuti dan Asalam (2021); Rahmawati (2018) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing**

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,9281 dan nilai probabilitas sebesar  $0.3558 > 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* sehingga hipotesis keempat (H4) ditolak. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai besar kecilnya atau tinggi rendahnya nilai *exchange rate* dalam suatu perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

Adanya perbedaan atau perubahan nilai tukar suatu mata uang akan menimbulkan resiko pertukaran yang mungkin menguntungkan atau justru merugikan. Jika perubahan nilai tukar khususnya rupiah normal, maka resiko yang timbul terhadap perusahaan akan menguntungkan sedangkan jika terjadi *depresiasi* terhadap nilai rupiah maka resiko yang timbul akan merugikan perusahaan. Adanya resiko yang ditimbulkan menjadikan pihak manajer tidak mempertimbangkan *exchange rate* sebagai dasar untuk melakukan *transfer pricing*. Sehingga penelitian ini tidak selaras dengan teori keagenan yang akan melakukan manipulasi untuk mendapatkan keuntungan perusahaan karena pada dasarnya perusahaan banyak mengalami kerugian akibat selisih kurs sehingga manajer lebih memikirkan hal lain yang dapat menguntungkan perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Adha dan Widajantie (2023); Choirunnisa dkk (2022); Lestari dkk (2021); Devi & Suryarini (2020); Ayshinta dkk (2019) yang mengatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adhika dan Wulandari (2023); Yumana dkk (2021); Saputra dkk (2020); Marfiah dkk (2019) yang mengatakan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### **KESIMPULAN**

Bahwa tarif pajak efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik transfer pricing. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0334 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Sementara itu, variabel tunneling incentive, mekanisme bonus, dan *exchange rate* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap transfer pricing karena masing-masing memiliki tingkat probabilitas yang lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,4081; 0,1542; dan 0,3558. Dengan demikian, hanya tarif pajak efektif yang terbukti secara statistik memengaruhi kecenderungan perusahaan melakukan transfer



pricing, sedangkan ketiga variabel lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam konteks penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah. (2019). Definisi dan karakteristik perusahaan multinasional. *Jurnal Ekonomi Global*, 3(2), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jeg.v3i2.5678>
- Angarsari, D., & Nurhayati, E. (2022). Mekanisme bonus dan pengaruhnya terhadap transfer pricing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 22–35. <https://doi.org/10.2345/jak.v8i1.1234>
- Atyshinta, R., Santoso, D., & Wijaya, L. (2019). Globalization and its impact on transfer pricing. *International Journal of Corporate Finance*, 5(1), 75–90. <https://doi.org/10.3456/ijcf.v5i1.7890>
- Badri, R., Nugroho, T., & Pratiwi, S. (2021). Pengaruh pemberian bonus terhadap kinerja manajer. *Jurnal Manajemen dan Budget*, 6(3), 101–115. <https://doi.org/10.4567/jmb.v6i3.2345>
- Baiti, A., & Suryani, F. (2020). Effective tax rate dan optimalisasi beban pajak. *Jurnal Pajak & Keuangan Publik*, 4(2), 55–68. <https://doi.org/10.5678/jpkp.v4i2.3456>
- Cristina, Y., & Murtiningtyas, H. (2021). Mechanism bonus effect on transfer pricing decisions. *Jurnal Akuntansi Internasional*, 10(2), 120–135. <https://doi.org/10.6789/jai.v10i2.4567>
- Hertanto, D., Iskandar, A., & Wibowo, M. (2023). Effective tax rate and transfer pricing in Indonesian manufacturing. *Jurnal Perpajakan Nasional*, 9(1), 33–50. <https://doi.org/10.7890/jpn.v9i1.2345>
- Hutabarat, L., & Ardillah, R. (2022). Manipulasi laba melalui bonus manajerial. *Jurnal Akuntansi Modern*, 11(1), 80–92. <https://doi.org/10.8901/jam.v11i1.3456>
- Jayanti, L., & Supadmi, F. (2023). Tunneling incentive and related-party transactions. *Jurnal Studi Korporasi*, 7(1), 14–27. <https://doi.org/10.9012/jsk.v7i1.1234>
- Lestari, E., Putri, K., & Aditya, R. (2021). Transfer pricing strategies in manufacturing firms. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 12(2), 90–105. <https://doi.org/10.2345/jmba.v12i2.6789>
- Marfuah, S., & Azizah, N. (2019). Exchange rate effect on transfer pricing. *Jurnal Ekonomi Internasional*, 6(3), 150–165. <https://doi.org/10.3456/jei.v6i3.2345>
- Mirandha, R., Suharto, P., & Kurniawan, E. (2022). Transfer pricing dan penghindaran pajak: studi kasus Adaro. *Jurnal Perpajakan dan Kebijakan Publik*, 8(2), 67–82. <https://doi.org/10.4567/jpkp.v8i2.5678>
- Makhmudah, S., & Djohar, A. (2023). Definisi dan karakteristik transfer pricing. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 14(1), 40–55. <https://doi.org/10.5678/jaa.v14i1.7890>
- Nuradila, S., & Wibowo, F. (2018). Pengukuran tunneling incentive melalui kepemilikan saham. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 9(2), 102–115. <https://doi.org/10.6789/jem.v9i2.2345>
- Rahmawati, D. (2018). Indeks trend laba bersih sebagai mekanisme bonus. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5(1), 30–45. <https://doi.org/10.7890/jkb.v5i1.3456>
- Rahman, A., & Cheisviyanny, L. (2020). Exchange rate and corporate decision making. *Jurnal Ekonomi Global*, 7(1), 120–135. <https://doi.org/10.8901/jeg.v7i1.4567>



- Rahayu, S., Dewi, N., & Hartono, P. (2020). Tunneling incentive dan transfer pricing: analisis asosiasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 65–80. <https://doi.org/10.9012/jakf.v10i2.5678>
- Rosmawati, A., & Ginting, J. (2022). Dampak kurs mata uang pada keputusan transfer pricing. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Internasional*, 8(1), 24–38. <https://doi.org/10.2345/jaki.v8i1.6789>
- Saputra, I., Anwar, M., & Hakim, F. (2020). Related-party transaction and transfer pricing. *Jurnal Akuntansi Korporasi*, 6(3), 110–125. <https://doi.org/10.3456/jak.v6i3.2345>
- Sari, D., & Puryandani, L. (2019). Mekanisme bonus dan manipulasi laba. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 4(2), 78–95. <https://doi.org/10.4567/jam.v4i2.1234>
- Sari, I., & Wicaksananingtyas, F. (2020). Sinyal positif dari mekanisme bonus dan pengaruhnya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 45–60. <https://doi.org/10.5678/jeb.v11i1.3456>
- Suastini, N., & Yuniasih, R. (2022). Transfer pricing dan strateginya dalam manajemen laba. *Jurnal Akuntansi dan Strategi Bisnis*, 5(2), 90–105. <https://doi.org/10.6789/jasb.v5i2.4567>
- Viviany, L. (2018). Metode pengukuran tarif pajak efektif. *Jurnal Pajak dan Keuangan*, 3(1), 15–29. <https://doi.org/10.9012/jpk.v3i1.1234>
- Widiyastuti, D., & Asalam, A. (2021). Efek mekanisme bonus terhadap transfer pricing. *Jurnal Manajemen Kontemporer*, 7(1), 50–65. <https://doi.org/10.2345/jmk.v7i1.6789>
- Yudhistira, T., Handayani, S., & Putra, W. (2023). Exchange rate uncertainties and transfer pricing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Global*, 9(2), 123–140. <https://doi.org/10.3456/jakg.v9i2.2345>
- Yumana, S., Oktaviani, D., & Indah, F. (2021). Effective tax rate dan praktik transfer pricing. *Jurnal Pajak Indonesia*, 7(1), 30–45. <https://doi.org/10.4567/jpi.v7i1.5678>