

Determinan Terhadap *Transfer Pricing* Melalui *Tax Minimization* Sebagai Pemoderasi

Emamardiana¹, Achmad Badjuri^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang

¹emamardiana@mhs.unisbank.ac.id, ²badjuri@edu.unisbank.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 20 Juni 2023

Disetujui : 21 Juni 2023

Dipublikasi : 1 Oktober 2023

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tunneling incentives, bonus mechanism, and company size on transfer pricing with tax minimization which acts as a moderating variable. Case studies with qualitative research method are used as a strategy in this research. The research population uses manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2021. Purpose sampling was used for the sampling procedure with a total of 81 companies according to the criteria after being multiplied by 3 years of observation. The analytical method used is Moderating Regression Analysis (MRA). The results of the study show that tunneling incentives have an effect on transfer pricing, while the bonus mechanism and firm size have no effect on transfer pricing. Tax minimization is able to moderate the effect of the bonus mechanism on transfer pricing, but tax minimization is not able to moderate the relationship between tunneling incentive, company size and transfer pricing.

Keywords: *Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Firm Size, Tax Minimization, Transfer Pricing*

PENDAHULUAN

General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) berhasil menjadi penghubung antar negara dalam menjalin hubungan kerjasama terkait perjanjian multilateral dan solusi perdagangan internasional. Akibatnya, tidak ada hambatan bagi pergerakan bebas seperti arus barang, jasa, modal dan sumber daya manusia (SDM) yang masuk dan keluar antar negara. Dengan hilangnya hambatan tersebut, kegiatan perdagangan lintas negara dapat berkembang secara cepat dan mendorong perusahaan untuk mengoperasikan cabang dan anak perusahaan. Salah satu strategi bisnis yang digunakan adalah dengan mendirikan anak perusahaan di berbagai negara dalam rangka memenangkan persaingan, seperti mempertahankan dan menumbuhkan pangsa pasar, menguasai sumber-sumber daya serta melakukan investasi, semakin banyak dana yang dapat dikumpulkan oleh masing-masing perusahaan maka semakin besar investasi yang dapat dilakukan, dan semakin tinggi keuntungannya (Keuschnigg and Devereux, 2013). Perusahaan multinasional yang mengembangkan anak perusahaan di berbagai negara tentunya tidak lepas dari permasalahan yang terjadi, hal ini dikarenakan adanya peraturan dan kebijakan yang berbeda yang diatur di setiap negara. Salah satu perbedaannya berkaitan dengan masalah pajak, dimana perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung.

Peraturan tentang *transfer pricing* di Indonesia diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Menurut Undang-Undang Nomor 36

Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4), hubungan istimewa dapat terjadi antara Wajib Pajak Badan jika suatu badan memiliki sampai dengan 25% (dua puluh lima persen) atau lebih modal saham perusahaan lain. Menurut Rusli (2017), *transfer pricing* adalah harga yang terbentuk dalam transaksi antar anggota divisi suatu perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan dapat berbeda dengan harga pasar dan cocok antar divisinya, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung dengan cara mengecilkan beban pajaknya sehingga mengakibatkan potensi penerimaan pendapatan negara disektor pajak berkurang. Berdasarkan laporan tahunan Badan Pajak Umum, sesuai Nomor 72 Tahun 2022, realisasi penerimaan dari sektor pajak tahun 2021 mencapai Rp1.547,8 triliun (107,15%) dari target yang ada di Undang-Undang APBN 2021 (www.kemenkeu.go.id).

Penelitian yang dilakukan akhir-akhir ini telah menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan multinasional melihat *transfer pricing* sebagai isu pajak internasional utama, dan lebih dari setengah perusahaan menganggap sebagai isu yang paling penting. Hal ini tidak lepas dari semakin berkembangnya globalisasi ekonomi yang ditandai dengan munculnya banyak perusahaan multinasional yang beroperasi di mancanegara (Suandy, 2011).

PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) atau TPS Food, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan yang berlokasi di Jakarta, Indonesia. Investor mengklaim bahwa PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) mungkin telah terlibat dalam aktivitas *transfer pricing* dalam transaksi terkait (Emitan, 2018). Terkait laporan Investasi Berbasis Fakta dari PT Ernest & Young Indonesia (EY), memuat informasi dugaan laporan aliran dana sebesar Rp 1,78 triliun dalam beberapa skema dari grup TPS Food kepada pihak-pihak yang diduga terkait dengan manajemen lama. Berdasarkan BAP PT Ernest & Young (EY) tanggal 12 Maret 2019, diduga piutang, persediaan, dan aktiva tetap merupakan tempat terjadinya inflasi. Selain itu, laporan EBITDA mengungkapkan inflasi pendapatan sebesar Rp662 miliar dan inflasi lainnya sebesar Rp329 miliar (CNBC Indonesia, 2019).

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *tunnelling incentive*. *Tunneling Incentive* mudah dilakukan oleh perusahaan multinasional karena memiliki hubungan dengan pihak berelasi.

Mekanisme bonus juga diduga termasuk salah satu faktor yang mendorong perusahaan dalam mengambil tindakan *transfer pricing*. Bonus merupakan insentif atau kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada manajer dan direksi atas keberhasilan dalam memenuhi target kinerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian bonus didasarkan pada keuntungan perusahaan, sehingga membuat manajemen berusaha untuk melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi keuntungan untuk memaksimalkan kompensasi salah satunya dengan cara menggunakan transaksi harga transfer (Refgia, 2017).

Faktor lain yang kemungkinan juga berpengaruh adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran relatif lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan setiap kondisi keuangannya. Pada saat yang sama, perusahaan yang lebih kecil memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* guna menunjukkan kinerja yang memuaskan. Konsep seperti ini biasanya digunakan ketika setiap satuan usaha yang dikelola sebagai suatu pusat laba, yang masing-masing bertanggung jawab atas laba dari modal yang di investasikan.

Tax minimization ditambahkan sebagai variabel moderasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Nuradila dan Wibowo 2018), menunjukkan bahwa *tax minimization* dapat memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, namun *tax minimization* tidak dapat memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap transfer pricing. Sedangkan dalam penelitian (Yulianti dan

Rachmawati, 2019), menunjukkan bahwa tax minimization tidak dapat memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

STUDI LITERATUR

Teori Agensi

Teori keagenan menggambarkan hubungan antara pihak *principal* (pemberi kontrak) dengan *agent* (penerima kontrak), *principal* mengontrak *agent* untuk bekerja sama demi kepentingan dan tujuan prinsipal, sehingga untuk mencapai tujuan, prinsipal memberikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen (Supriyono, 2018).

Karena manajemen (agen) dan pemegang saham (prinsipal) memiliki kepentingan yang berbeda, konflik keagenan sering terjadi di setiap perusahaan. Sulistiyaningsih (2020), menegaskan bahwa perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen berkaitan dengan kinerja perusahaan khususnya pajak perusahaan. Hal ini dikarenakan agen lebih banyak mengetahui informasi terkait perusahaan dibandingkan dengan pihak prinsipal. Dengan asumsi bahwa orang melakukannya untuk memaksimalkan kepentingan pribadi, dengan informasi asimetris tersebut dapat mendorong agen untuk menyembunyikan fakta yang tidak diketahui prinsipal, yang dapat mempengaruhi pada angka yang disajikan dalam laporan keuangan melalui manajemen laba. Akibatnya, pihak agen dapat memanfaatkan akses informasi untuk melakukan kecurangan terhadap prinsipal dan memaksimalkan kepentingan pribadi melalui *transfer pricing*. Hal ini memungkinkan bagi pihak manajemen untuk menerapkan praktik *transfer pricing* melalui manipulasi untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung atau melakukan transaksi dengan harga yang tidak wajar.

HIPOTESIS

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Sesuai teori yang ada, jika pemilik saham memiliki kepemilikan yang besar, dengan kata lain mereka telah memasukkan modal yang besar ke dalam perusahaan tersebut. Artinya, mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Untuk itu saat dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri daripada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

(Saraswati dan Sujana, 2017), (Rahma dan Wahjudi, 2021) serta (Hariyani dan Ayem, 2021) menemukan bahwa tindakan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada ketentuan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian penjelasan tersebut, dapat dikembangkan hipotesis berikut ini:

H1: *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Sesuai teori yang ada, perusahaan dapat menerapkan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan. Dengan demikian profit yang di dapat suatu perusahaan secara keseluruhan akan semakin meningkat. Oleh karena itu, semakin besar profit yang dihasilkan secara keseluruhan, semakin baik pula citra direksi di mata pemilik perusahaan. Hal ini masuk akal jika seorang direksi menggunakan strategi penetapan harga transfer untuk memaksimalkan bonus untuk meningkatkan kompensasi. Strategi bonus yang didasarkan pada profit merupakan cara paling umum untuk memberi kompensasi kepada eksekutif perusahaan. Oleh sebab itu, semakin besar pemberian bonus maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

H2: Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Putri (2016), ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memperkirakan besar kecilnya suatu perusahaan. Seringkali penelitian di Indonesia

menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki beragam produk atau segmen yang banyak akan mendorong penggunaan kebijakan *transfer pricing* untuk melakukan transfer barang atau jasa antar segmen, antar divisi atau pun antar *parent subsidiary company*. Pada prinsipnya suatu perusahaan mempunyai satu tujuan (*goal congruent*) yaitu memperoleh laba yang maksimal serta berusaha untuk meminimalkan tarif pajak atau beban pajak yang harus dibayar. Untuk mencapai tahap tersebut, keputusan terkait *transfer pricing* sangat diperlukan dalam hal perusahaan besar ataupun perusahaan multinasional.

Berdasarkan penelitian (Merle et al, 2019), (Ginting dan Sudjiman, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tax Minimization* Sebagai Pemoderasi *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Sesuai teori yang ada, minimisasi pajak akan berdampak pada hasil operasi dan kebijakan pajak karena prinsipal yang bertindak sebagai agen memiliki informasi asimetris. Sebuah praktik yang dikenal sebagai *tunnelling incentive* memungkinkan sumber daya, aset, dan pendapatan di transfer keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas dengan membebaskan biaya kepada pemegang saham minoritas. Jika suatu perusahaan menggunakan insentif *tunnelling*, maka mereka akan mengorbankan hak pemegang saham minoritas dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dengan adanya motivasi *tax minimization* dapat memperkuat terjadinya *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Oleh karena itu, *tax minimization* dapat memperkuat pengaruh *tunnelling incentive* terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian penjelasan tersebut, dapat dikembangkan hipotesis berikut ini:

H4: *Tax minimization* dapat memoderasi hubungan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tax Minimization* Sebagai Pemoderasi Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut teori keagenan dalam rencana bonus, manajer memiliki kecenderungan untuk memilih kebijakan akuntansi yang memungkinkan mereka untuk mentransfer pendapatan masa depan ke periode berjalan guna mendapatkan bonus. Jika jumlah pendapatan laba bersih merupakan salah satu faktor dalam menentukan bonus, maka mereka dapat meningkatkannya sepanjang periode tersebut dengan mengungkapkan jumlah laba bersih terbesar yang dapat dibayangkan untuk mendapatkan bonus yang besar.

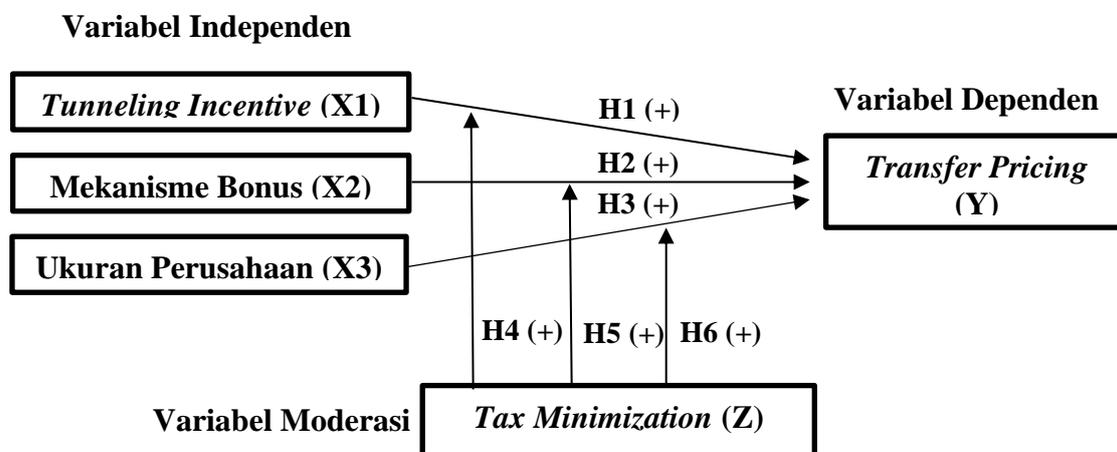
(Yulianti dan Rachmawati, 2019), (Amanah dan Suyono, 2020), mengemukakan bahwa *tax minimization* tidak dapat memoderasi mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. (Nazihah et al., 2019) bahwa pajak perusahaan memperkuat efek positif pada *transfer pricing*.

H5: *Tax minimization* dapat memoderasi hubungan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tax Minimization* Sebagai Pemoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Perusahaan besar akan mendapat perhatian yang lebih besar dari pemerintah terkait dengan laba yang diperoleh, sehingga sering menarik perhatian fiskus untuk dikenai pajak yang sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku. Menurut Rego (2003), semakin besar ukuran perusahaannya, maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks. Jadi hal itu memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah-celah yang ada untuk melakukan tindakan *tax minimization*, salah satunya dengan *transfer pricing*. Besarnya ukuran perusahaan juga memungkinkan manajer untuk memilih strategi peningkatan laba perusahaan salah satunya dengan menggunakan transfer pricing untuk menurunkan beban pajak. Dengan adanya motivasi *tax minimization* apabila ukuran perusahaan semakin besar maka manajer akan cenderung melakukan *transfer pricing* untuk menaikkan laba perusahaan agar menarik para investor.

H6: *Tax minimization* dapat memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.



Gambar 1
Model Penelitian

METODE

Populasi merupakan kumpulan individu, kejadian atau objek yang memiliki ciri-ciri tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Populasi pada penelitian ini berjumlah 27 perusahaan. Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan yang terdapat pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021 yang bersumber dari situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

Purposive sampling digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini. Metode *purposive sampling* merupakan metode yang digunakan untuk menghasilkan sampel yang representatif (mewakili populasi) dengan menetapkan kriteria tertentu, dimana metode tersebut menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.
2. Perusahaan yang tidak mengalami masa kerugian selama periode 2019-2021.
3. Perusahaan yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan presentase kepemilikan 20% atau lebih.

Teknik dalam penelitian ini menggunakan *Moderating Regression Analysis* (MRA) oleh Gozali (2018). Uji intraksi MRA merupakan aplikasi yang dibuat khusus untuk regresi linier berganda dimana dalam persamaan tersebut mengandung unsur intraksi didalam regresinya. Menurut Gozali, tujuan pada analisis ini untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel

independen dan dependen dengan adanya variabel moderasi apakah dapat memperkuat atau memperlemah.

HASIL

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dalam regresi tersebut. Dasar yang digunakan untuk menentukan uji multikolinearitas adalah apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Tabel 1
 Uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,332	,106		3,134	,003		
Tunneling Incentive	-,413	,330	-,387	-1,249	,216	,134	7,488
Mekanisme Bonus	-,005	,016	-,076	-,331	,742	,214	4,669
Ukuran Perusahaan	,003	,007	,087	,380	,705	,220	4,546
Interaksi TI TM	-,028	,555	-,018	-,051	,959	,111	9,429
Interaksi MB TM	,092	,045	,542	2,043	,045	,162	6,156
Interaksi UP TM	,029	,081	,092	,355	,724	,191	5,227

Sumber: Data diolah, 2023

Dependent Variable: Transfer Pricing

Berdasarkan hasil output pada pengujian diatas menyatakan bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen > 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Pengujian ini diperlukan guna memperlihatkan apakah suatu model regresi memiliki korelasi antar periode sebelumnya dalam model regresinya.

Tabel 2
 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.383 ^a	.147	.063	.25299	1.971

Sumber: Data diolah, 2023

Dependent Variable: Transfer Pricing

Hasil uji yang diperoleh dari penelitian ini diketahui bahwa nilai dari Durbin-Watson sebesar 1,971 dari dasar pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa $dU < dW < 4 - dU = 1,879 < 1,971 < 2,121$. Oleh karena itu, kesimpulan yang di dapat dari hasil uji diatas yaitu terbebas dari gejala autokorelasi positif dan negatif.

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini memperlihatkan hasil heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser yang diperoleh dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,334	,135		2,484	,016
Tunneling Incentive	-,436	,315	-1,000	-1,384	,171
Mekanisme Bonus	,006	,008	,190	,794	,430
Ukuran Perusahaan	,004	,005	,289	,763	,449
Interaksi TI TM	,561	,654	,879	,857	,395
Interaksi MB TM	,012	,022	,146	,538	,443
Interaksi UP TM	-,092	,103	-,723	-,897	,373

Sumber: Data diolah, 2023

Dependent Variable: ABS_RES

Telah dipaparkan hasil dari tabel uji diatas yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel adalah > 0,05. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari masing-masing variabel tidak terkena gejala heteroskedastisitas.

Moderating Regression Analysis (MRA)

Uji intraksi MRA dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, dan *tax minimization* (variabel moderasi) terhadap *transfer pricing* (variabel dependen). Menurut Gozali, tujuan pada analisis ini untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel independen dan dependen dengan adanya variabel moderasi apakah dapat memperkuat atau memperlemah.

Tabel 4
Uji MRA
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
1 (Constant)	,584	,258		2,260	,027
Tunneling Incentive	,530	,605	,586	,875	,038
Mekanisme Bonus	-,004	,015	-,062	-,280	,780
Ukuran Perusahaan	,002	,010	,058	,164	,870
Interaksi TI TM	,220	1,256	,167	,175	,862
Interaksi MB TM	,089	,043	,525	2,089	,041
Interaksi UP TM	-,080	,198	-,302	-,404	,687
Adjusted R Square	0,253				
F	4,774				
Sig.	0,000				

Sumber: Data diolah, 2023

Dependent Variable: Transfer Pricing



Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 (TI) + \beta_2 (ITRENDLB) + \beta_3 (SIZE) + \beta_4 (TI*TM) + \beta_5 (ITRENDLB*TM) + \beta_6 (TI*SIZE) + e$$

$$Y = 0,584 + 0,530TI - 0,004MB + 0,002UP + 0,220X1TM + 0,089X2TM - 0,080X3TM + e$$

Hasil uji regresi pada keterangan tabel 4, memperoleh kesimpulan bahwa pada variabel independen hanya *tunneling incentive* yang berpengaruh ke arah positif terhadap *transfer pricing* dengan nilai signifikansi ,038 atau $< 0,05$. Hasil penelitian yang sama terjadi pada interaksi antara mekanisme bonus dan *tax minimization* dengan nilai signifikansi ,041 ke arah positif terhadap *transfer pricing*.

Sedangkan hasil yang berbeda terjadi antara interaksi *tunneling incentive* dengan *tax minimization* dan interaksi antara ukuran perusahaan dengan *tax minimization* yang menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ ke arah negatif.

PEMBAHASAN

Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati dan Sujana 2017), (Wulandari et al, 2021) yang menyatakan bahwa transaksi antar pihak yang berafiliasi dimanfaatkan untuk mengalihkan aset lancar lainnya melalui penentuan harga secara tidak wajar demi kepentingan pemegang saham. Pembelian barang maupun jasa yang diatas *fair-value* nya serta penjualan barang maupun jasa di bawah *fair-value* nya adalah salah satu cara penerapan *tunneling*.

Pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Refgia, 2017), (Azhar dan Setiawan 2021), dimana nilai ITRENDLB yang tinggi dilihat dari perbandingan jumlah laba tahun berjalan dengan laba tahun sebelumnya. Bonus yang didapat juga selalu sesuai dengan keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Korporasi akan berusaha menerapkan manajemen pajak yang baik, selain aktivitas *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang tidak produktif dari sudut pandang perusahaan sehingga dapat berdampak pada nilai seluruh organisasi.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Linda Santioso 2021) yang menyatakan bahwa tolak ukur suatu perusahaan didasarkan pada seberapa banyaknya aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran relatif lebih besar akan dilihat bagaimana kinerjanya oleh masyarakat, sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Pengaruh *tax minimization* dalam memoderasi *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*

Tax minimization tidak dapat memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Hal ini sejalan dengan (Hariyani dan Ayem 2021), yang menyatakan bahwa kepemilikan saham yang terkonsentrasi memungkinkan perusahaan melakukan *tunneling incentive* dengan mengorbankan penghematan pajak untuk mentransfer keuntungan ke perusahaan utama. Namun karena setiap negara memiliki peraturan pajaknya sendiri, menjadi salah satu faktor yang akan diperhitungkan kembali oleh suatu perusahaan. Perusahaan dapat mematuhi batasan *transfer pricing* karena peraturan pajak yang ketat. Sehingga, praktik melakukan *tunneling incentive* dari perusahaan afiliasi ke perusahaan induk juga akan semakin menurun.

Pengaruh *tax minimization* dalam memoderasi mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*

Tax minimization dapat memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Hal ini terjadi karena manajer biasanya memilih kebijakan akuntansi yang dapat mentransfer laba masa depan ke periode saat ini karena mereka menginginkan bonus yang tinggi salah satunya yaitu dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin. Dengan adanya *tax minimization* juga semakin membantu manajer dalam mencari beberapa celah dan berusaha lebih maksimal untuk mendapatkan bonus yang lebih besar dengan cara meningkatkan laba perusahaan salah dengan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh *tax minimization* dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*

Tax minimization tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset kecil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang diperoleh adalah *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Tax minimization* tidak dapat memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. *Tax minimization* dapat memoderasi secara signifikan pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. *Tax minimization* tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang tahun pengamatan agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, serta sampel yang digunakan tidak hanya mencakup perusahaan sektor manufaktur saja melainkan pada sektor lain seperti keuangan, pertambangan, dan lain-lain.

REFERENSI

- Amanah, K & Suyono, N. A. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 2(1): 1–13.
- Azhar, Al Hafizil, and Mia Angelina Setiawan. 2021. "Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing: Pada Perusahaan Manufaktur, Perkebunan, Dan Pertambangan." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 3(3): 687–704.
- Cahyadi, A. S & Noviari, N. 2018. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing." *E-Jurnal Akuntansi* 24(2): 1441–73.
- Ginting, R. E & Sudjiman, L. S. 2021. "Pengaruh Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei 2017-2020." *Jurnal Ekonomis*: 5–24.
- Hariyani, E. & Ayem, S. 2021. "Pengaruh Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 4(1): 50–62. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/prive> Online ISSN 2615-7314 Printed ISSN 2615-7306%0A.
- Keuschnigg, C. & Michael P, D. 2013. "The Arm's Length Principle and Distortions to Multinational Firm Organization." *Journal of International Economics* 89(September 2012): 432–40.
- Linda Santioso, Muthia Adelia,. 2021. "Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing." *Jurnal Paradigma Akuntansi* 3(2): 721.

- Merle, R et al. 2019. "Tax Havens and Transfer Pricing Intensity: Evidence from the French CAC-40 Listed Firms." *Cogent Business and Management* 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1647918>.
- Mispiyanti. 2015. "Pengaruh Pajak , Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing." *Program Studi Akuntansi* 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).
- Noviastika, D. F, et al. 2016. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing)." *Jurnal Perpajakan (JEJAK)* 08(1).
- Rahma, P. A & Wahjudi, D. 2021. "Tax Minimization Pemoderisasi Tunnelling Incentive, Mechanism Bonus Dan Debt Covenant Dalam Pengambilan Keputusan Transfer Pricing." *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 8(02): 16–34.
- Refgia, T. 2017. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing." *JOM Fekon* 4(1): 543–55.
- Saraswati, G, A, R. S, & Sujana, I. K. 2017. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing." *E-Jurnal Akuntansi* 19(2): 1000–1029. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/27656>.
- Suandy, E. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wulandari, S., Rachmawati, M. O., & Hardiyanti, W. 2021. "Transfer Pricing Dari Perspektif Perencanaan Pajak, Tunneling Incentives, Dan Aset Tidak Berwujud." *Wahana Riset Akuntansi* 9(2): 152.
- Yuniasih, et al. 2012. "Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Simposium Nasional Universitas Trunojoyo*.
- Yulianti, S. & Rachmawati, S. 2019. "Tax Minimization Sebagai Pemoderasi Pada Pengaruh Tunnelling Incentive Dan Debt Covenant Terhadap Ketetapan Transfer Pricing." *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia* 2(2): 165.