

PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, MEKANISME BONUS DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP *TRANSFER PRICING*

Shelly Artauli¹, Cris Kuntadi²

¹⁾ Fakultas Magister Akuntansi, Perbanas Institute,

²⁾ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,

Email: artaulishelly@gmail.com, cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id

Correspondence		
Email: artaulishelly@gmail.com cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id	No. Telp:	
Submitted 27 februari 2024	Accepted 3 februari 2024	Published 4 februari 2024

Abstrak:

Transfer Pricing dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menurunkan beban pajak atau dengan kata lain yaitu untuk menghindari pembayaran pajak, hal tersebut menyebabkan kerugian bagi negara dikarenakan pendapatan negara juga bersumber dari pajak. Artikel ini mereview faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan *Transfer Pricing*, yaitu Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing, suatu studi literatur akuntansi perpajakan. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Manajemen Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*; 2) Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*; dan 3) Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Keyword: *Transfer Pricing*, Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing

LATAR BELAKANG

Perusahaan multinasional atau global dapat menghadapi masalah dalam perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara. Salah satu masalah utama yang dihadapi investasi asing adalah *transfer pricing* (Arsyad rsyad et al., 2021)

Perusahaan yang melakukan transaksi antar batas negara semakin tinggi intensitasnya dan semakin kompleks seiring dengan peningkatan arus globalisasi. Dengan adanya transaksi internasional antarnegara, perusahaan secara tidak langsung akan menghadapi permasalahan dimana terjadi perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara. Hal inilah yang memicu timbulnya *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional.

Menurut Cecchini, Leitch & Strobel (2013) bagi perusahaan multinasional yang telah mempunyai jaringan operasi diberbagai negara, skema *transfer pricing* merupakan alternatif terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam bidang mengelola resiko dan biaya yang ditimbulkan dari ketidaksempurnaan struktur pasar dinegara-negara mitra kerjasama.

Berdasarkan penelitian tim UNTC PBB yang diketuai Silvain Plasschaert sebagaimana dinyatakan kembali oleh Gunadi (1999) dalam Sutedi (2013), disebutkan bahwa terdapat beberapa motivasi yang melatarbelakangi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* di Indonesia antara lain: (1) pengurangan objek pajak, terutama pajak penghasilan; (2) pelonggaran pengaruh pembatasan kepemilikan luar negeri; (3) penurunan pengaruh deperesiasi rupiah; (3) menguatkan tuntutan kenaikan harga atau proteksi terhadap saingan impor; (4) mempertahankan sikap low profile tanpa mempedulikan tingkat keuntungan usaha;

(5) mengamankan perusahaan dari tuntutan atas imbalan atau kesejahteraan karyawan dan kepedulian lingkungan; (6) memperkecil akibat pembatasan dan risiko bisnis di luar negeri.

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan multinasional telah memanfaatkan *transfer pricing* sebagai upaya perencanaan pajak perusahaan untuk menghindari pajak dengan cara meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Menurut Lingga (2012) *transfer pricing* biasanya dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup/rekanan atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dan mentransfer laba yang diperoleh kepada rekanan perusahaan yang berkedudukan di luar negeri yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

Dalam lingkup perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak dan beacukai yang mereka keluarkan diseluruh dunia. *Transfer Pricing* dapat menimbulkan beberapa masalah terkait bea cukai, pajak, ketentuan anti dumping, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen (Rezky dan Fachrizal, 2018).

Perusahaan multinasional sering memanfaatkan celah aturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia (Lubis, 2015).

Tujuan awal *Transfer Pricing* yaitu sebagai penilaian kinerja antar anggota serta devisi perusahaan. Tapi perkembangan zaman telah mampu mengubah fungsi awal *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* juga sering digunakan untuk manajemen pajak yaitu sebuah usaha dimana perusahaan mampu meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

Keputusan untuk melakukan *Transfer Pricing* di pengaruhi oleh mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan bonus melalui RUPS kepada anggota direksi yang besarnya bonus diberikan oleh pemilik atau pemegang saham yang memiliki kinerja baik setiap tahun dan apabila perusahaan memperoleh laba. Mekanisme dapat digunakan sebagai ukuran apabila suatu perusahaan tersebut memiliki laba. Mekanisme bonus berdasarkan besarnya laba akan membuat direksi berupaya untuk melakukan manipulasi laba bahkan juga dilakukan manipulasi laba bersih dengan tujuan mampu memaksimalkan bonus diterimanya. Dalam mekanisme bonus ini juga bisa menimbulkan kecurangan yang bersifat menguntungkan pribadi (Indriaswari, 2017).

Kepemilikan saham oleh pihak asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional. Pada saat kepemilikan saham pihak asing semakin besar, pemegang saham asing memiliki pengaruh yang semakin besar dalam menentukan keputusan dalam perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. (Refgia, 2017).

Pengertian *Transfer Pricing* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pengertian bersifat netral dan bersifat peyoratif-negatif. Pengertian netral mengasumsikan bahwa harga transfer adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa pengurangan beban pajak. Sedangkan pengertian peyoratif mengasumsikan bahwa harga transfer sebagai upaya untuk menghemat

beban pajak dengan taktik, antara lain menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah (Suandy 2014)

Menurut Pohan (2018:196) *Transfer Pricing* merupakan harga yang diperhitungkan untuk penyerahan barang, jasa, atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa, dalam kondisi yang didasarkan atas prinsip harga pasar wajar. Harga transfer pada awalnya merupakan harga yang dilekatkan untuk menilai suatu produk untuk dipertukarkan antar sesama anggota perusahaan dalam satu grup untuk memaksimalkan laba yang diperolehnya, namun transaksi antar sesama anggota perusahaan dapat mengakibatkan penetapan harga jual yang tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku dengan semestinya.

Transfer Pricing adalah harga yang terkandung dalam setiap produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Santosa & Suzan, 2017).

Menurut Sistomo (2017) Praktik *Transfer Pricing* dimanfaatkan sebagai perencanaan pajak perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar melalui rekayasa harga antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. *Transfer Pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

Manajemen Pajak

Manajemen pajak konteksnya dalam perpajakan di Indonesia adalah hal yang lazim atau legal dilakukan dalam perusahaan karena kegiatan ini sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Hal mendasar dilakukannya manajemen pajak dalam suatu perusahaan selain meminimalkan beban pajaknya adalah ketidakinginan perusahaan keliru dalam membayar pajak. Ketika pajak diasumsikan sebagai biaya maka akan mempengaruhi laba perusahaan, sedangkan jika diasumsikan sebagai distribusi laba maka akan mempengaruhi tingkat pengembalian atas investasi (Suandy, 2011).

Upaya meminimalisasi beban pajak dengan melanggar peraturan perpajakan tentu sangat tidak diinginkan oleh perusahaan karena perusahaan dapat menerima sanksi, baik sanksi administrasi bahkan sanksi pidana sebagaimana yang diatur dalam UU Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Upaya meminimalkan pajak secara legal tanpa melanggar peraturan perpajakan dapat dilakukan melalui manajemen pajak, Suandy (2008).

Terdapat perbedaan kepentingan antara pemerintah sebagai pihak pemungut pajak dan perusahaan sebagai pihak yang dipungut pajak, dimana pemerintah berusaha untuk mendapatkan penerimaan pajak yang sebesar-besarnya dari setiap perusahaan, sedangkan sebaliknya perusahaan berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Dari perbedaan kepentingan yang terjadi antara pemerintah dan juga perusahaan, hal tersebut membuat perusahaan-perusahaan melakukan manajemen pajak sebagai salah satu cara untuk mengurangi beban pajak yang dibayarkannya (Sinaga dan Sukartha 2018).

Manajemen pajak adalah pengelolaan kewajiban perpajakan dengan menggunakan strategi untuk meminimalkan jumlah beban pajak. Manajemen pajak merupakan salah satu elemen dari manajemen perusahaan (Rusydi dan Kusumawati, 2010). Berbagai pendapat mengenai keterkaitan manajemen pajak terhadap *Transfer Pricing* ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih et al. (2012) bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2017).

$$\text{Manajemen Pajak} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer (Refgia, 2017). Bonus adalah kompensasi atas kinerja atau pencapaian tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan.

Mekanisme bonus merupakan pemberian bonus atau imbalan di luar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut. Pemilik perusahaan biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi (Saraswati dan Sujana, 2017).

Menurut Hartati et al (2014) bahwa direksi untuk mendapatkan bonus dari pemilik perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan peningkatan laba perusahaan secara keseluruhan dengan memanfaatkan *transfer pricing*. Pemberian bonus tidak hanya didasarkan pada perolehan besarnya laba pada setiap periode, melainkan juga pada kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, sehingga pihak direksi cenderung akan menunjukkan kinerjanya terhadap pemilik perusahaan untuk memperoleh sebuah penghargaan atau bonus.

Menurut Purwanti (2010) dalam Sari dan Mubarak (2018), tantiem atau bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus tersebut akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba dimana manajer akan memaksimalkan laba bersih untuk memaksimalkan bonus yang didapatnya. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) yang menunjukkan mekanisme bonus berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*.

$$\text{ITRENDLB} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1} \times 100\%$$

Kepemilikan Asing

Menurut Windanarti (2021), kepemilikan asing adalah persentase saham biasa suatu perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, perusahaan publik, dan perusahaan berasal luar Indonesia. Semakin tinggi hak kendali yang dimiliki pemegang saham asing, berpeluang terjadinya penyalahgunaan wewenang oleh pengendali asing untuk mengambil kebijaksanaan

transaksi dengan pihak berelasi yang dapat merugikan pemegang saham non pengendali (Dynaty dalam Nurjanah et al. 2015)

Kepemilikan asing muncul karena adanya penanaman modal asing yang menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 1 ayat (6) tentang Penanaman Modal diartikan sebagai kegiatan penanaman modal untuk melakukan usaha di wilayah Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan pihak penanam modal dalam negeri. Karena *Transfer Pricing* merupakan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak asing maka pemegang saham asing yang memiliki kendali dalam perusahaan memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* (Kiswanto dan Purwaningsih, 2014)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indrasti (2016), Kiswanto dan Puwaningsih (2014), Refgia (2017), serta Kusumasari dkk (2018) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan Tiwa (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Asing}}{\text{Total Saham Beredar}}$$

Tabel 1
Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	Balkish et al (2020)	-Manajemen Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Selisih Kurs tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Manajemen Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Pengaruh Selisih Kurs terhadap <i>Transfer Pricing</i>
2	Surjana et.al (2020)	-Pajak tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Pengaruh pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i>

3	Mineri dan Paramitha (2021)	- <i>Tunneling incentive</i> dan profitabilitas memberi pengaruh pada transfer pricing -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	- <i>Tunneling incentive</i> dan profitabilitas terhadap <i>Transfer Pricing</i> Pengaruh pajak terhadap <i>Transfer Pricing</i>
.4	Badri et al. (2023)	- <i>Tax minimization</i> secara parsial berpengaruh pada <i>Transfer Pricing</i> -Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Pengaruh <i>Tax minimization</i> terhadap pada <i>Transfer Pricing</i>
.5	Hertanto et al. (2023)	- <i>Effective Tax Rate</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> - <i>Tunneling Incentive</i> secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap <i>Transfer Pricing</i> .	-Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Pengaruh <i>Effective Tax Rate</i> dan <i>Tunneling Incentive</i> terhadap pada <i>Transfer Pricing</i>
6	Purba et al. (2024)	-Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus berpengaruh negatif	-Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i> -Mekanisme Bonus berpengaruh negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i>	-Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pada <i>Transfer Pricing</i>

		terhadap <i>Transfer Pricing</i>		
--	--	----------------------------------	--	--

METODE PENULISAN

Penelitian ini menggunakan metode *literature review*. Dalam penelitian ini variable independen terdiri dari Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing. Sedangkan untuk variabel dependen adalah *Transfer Pricing*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009: 14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* dalam konsentrasi manajemen pajak, mekanisme bonus dan kepemilikan asing terhadap *Transfer Pricing* adalah:

1. Pengaruh Manajemen Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Surjana (2020) menyatakan bahwa Manajemen Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transaksi *transfer Pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa pajak tidak menjadi salah satu motivasi perusahaan sektor industri barang konsumsi untuk melakukan *transfer Pricing*.

Disebutkan dalam penelitian yang lain, menurut Kartika (2021) Berdasarkan hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program Partial Least Square (PLS) menunjukkan bahwa variabel pajak memiliki nilai T-statistik sebesar $1,483 < 1,96$ dan nilai P Values sebesar $0,139 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variable Pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *transfer Pricing*. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pajak atau manajemen pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer Pricing*.

Sedangkan dalam penelitian lain, menurut Wijaya dan Amalia. (2021) menyatakan dalam hasil analisis regresi logistik yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai koefisien regresi pada variabel pajak sebesar 4,515 dengan nilai signifikan sebesar 0,022 yang menunjukkan nilai signifikan $< 0,05$, maka dinyatakan berpengaruh positif terhadap *transfer Pricing*. Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer Pricing*, transaksi transfer pricing dapat dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara berbeda dengan tarif pajak yang lebih rendah. Hasil ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi pajak, maka semakin tinggi motivasi perusahaan untuk melakukan keputusan kegiatan *transfer pricing*.

Penelitian lain oleh Balkish et al. (2020) menyatakan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pajak berhubungan positif terhadap keputusan transfer pricing perusahaan. Hal ini berarti bahwa meningkatnya nilai manajemen pajak akan mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis pertama yaitu:

H1: Manajemen Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

2. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Hasil penelitian melalui uji t yang dilakukan oleh Hertanto et al. (2023) menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus dengan nilai Coefficient $-0,000667$ dan nilai probabilitas $0,4808$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,05$ maka ($0,4808 > 0,05$) sehingga mekanisme bonus berpengaruh Negatif tetapi Tidak Signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini dikarenakan bertambahnya mekanisme bonus akan menurunkan pelaksanaan *Transfer Pricing* karena mekanisme bonus merupakan beban perusahaan terhadap incentive kepada pengelola usaha yang dapat mengurangi laba usaha sehingga pelaksanaan *Transfer Pricing* tidak lagi dibutuhkan. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

Sedangkan dalam penelitian lain, menurut Purba et al. (2024) menyatakan Mekanisme Bonus memiliki nilai t-statistic $2,706935$, sedangkan nilai t Tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$, df $(n-k) = 115$ didapat t Tabel $1,980808$. Dengan demikian t-statistic Mekanisme Bonus ($2,706935$) $>$ t Tabel ($1,980808$) dan nilai Prob. $0,0078 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dibuat kesimpulan bahwa variabel Mekanisme Bonus Berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Dari penjelasan atas hasil penelitian terdahulu yang telah disampaikan, untuk itu hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

3. Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Surjana (2020) menyatakan bahwa Kepemilikan Asing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transaksi *Transfer Pricing*. Semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka semakin besar pengaruh pemegang saham asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk dalam kebijakan penentuan harga.

Sedangkan dalam penelitian lain, menurut Dyah et al. (2021) menyatakan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan asing mempunyai nilai koefisien sebesar $0,119334$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,4241$. Nilai sign probabilitas dari kepemilikan asing lebih besar dari $0,05$ ($>0,05$) maka kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Disebutkan dalam penelitian yang lain, menurut Juarsa et al. (2023) menyatakan dalam pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 22, maka diperoleh hasil bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016- 2018. Karena terdapat pemilik saham pengendali lain yang bersifat non asing yang berada pada perusahaan sampel dimana dapat mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing*. Jumlah kepemilikan saham asing yang cukup besar belum tentu dapat membuat pemegang saham dalam posisi yang kuat untuk mengendalikan perusahaan termasuk menerapkan kebijakan *Transfer Pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyah et al. (2021) yang

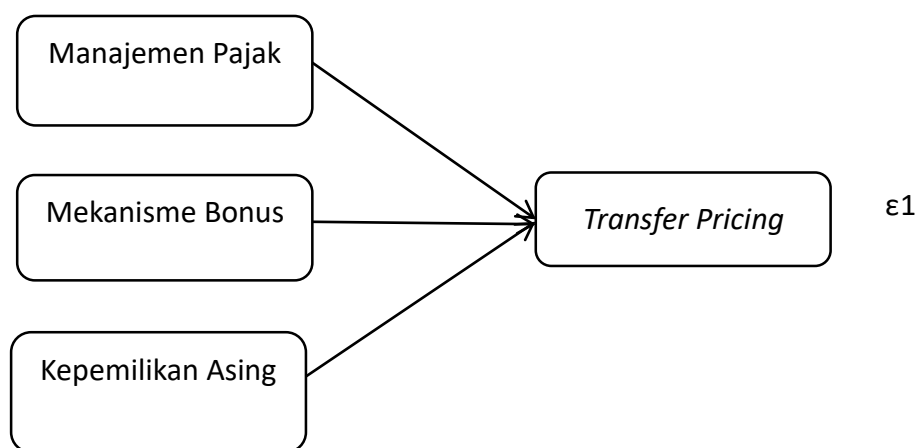
menunjukkan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Dengan adanya perbedaan kesimpulan dari berbagai hasil penelitian terdahulu yang telah disampaikan, untuk itu hipotesis kedua yang diajukan adalah:

H3: Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar *conceptual framework* di atas, Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Selain dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi *Transfer Pricing*, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- Good Corporate Governance*: (Indra Wijaya, 2020) dan (Anisa Amalia, 2020).
- Profitabilitas*: (Michelle Filantropy Mineri, 2021) dan (Melvie Paramitha, 2021).

- c) Bonus Plan: (Dyah Detari Prabaningrum, 2021), (Titiek Puji Astuti, 2021) dan (Yunus Harjito 2021).
- d) *Effective Tax Rate*: (Andika Dwi Hertanto, 2023), (Amor Marundha, 2023), (Idel Eprianto, 2023), dan (Cris Kuntadi, 2023).
- e) Minimalisasi Pajak: (Juarsa Badri, 2023), (Henryanto Abaharis, 2023), (Alfian, 2023), (Yosep Eka Putra, 2023), dan (Romi Susanto, 2023).
- f) *Tunneling Incentive*: (Andika Dwi Hertanto, 2023), (Amor Marundha, 2023), (Idel Eprianto, 2023), dan (Cris Kuntadi, 2023).
- g) Ukuran Perusahaan: (Fany Dewi Irma Purba, 2024), (Dirvi Surya Abbas, 2024) dan (Imam Hidayat, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat dirumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Manajemen Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.
2. Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.
3. Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak factor lain yang mempengaruhi *Transfer Pricing*, selain dari Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi *Transfer Pricing* selain yang variabel yang di teliti pada arikel ini. Faktor lain tersebut seperti *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas*, *Bonus Plan*, *Effective Tax Rate*, *Minimalisasi Pajak*, *Tunneling Incentive*, dan *Ukuran Perusahaan*.

DAFTAR PUSTAKA

Akuntansi Universitas Udayana. Volume 19, Nomor (2) (2017); 1000 – 1029.

Andika Dwi Hertanto, Amor Marundha, Idel Eprianto, dan Cris Kuntadi. (2023). “Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, Dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 –2021).” *Jurnal Economina2* (2): 503–22. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.328>.

Arsyad, M., Haeruddin, S. H., Muslim, M., and Pelu, M. F. A. (2021). The effect of activity ratios, liquidity, and profitability on the dividend payout ratio. *Indonesia Accounting Journal*, 3(1), 36-44. <https://doi.org/10.32400/iaj.30119>.

Cecchini, M., Leitch, R., & Strobel, C. (2013). *Multinational Transfer Pricing: A transaction cost and resource based view*. *Journal of Accounting Literature*, 31-48.

Dyah Detari Prabaningrum, Titiek Puji Astuti dan Yunus Harjito. (2021). “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, *Bonus Plan* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar

Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018).” *Edunomika* t Vol. 05, No. 01.
<https://media.neliti.com/media/publications/459944-none-f8f1eb53.pdf>.

Fany Dewi Irma Purba, Dirvi Surya Abbas, dan Imam Hidayat. (2024). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*”. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* Volume 1, No. 3, January 2024, p. 187-196.

Hansen Don R, Maryanne M. Mowen. (2005). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Hartati, W., et al, (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*: Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi 2014.

Indra Wijaya, dan Anisa Amalia. (2020). “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Good Corporate Governance Terhadap *Transfer Pricing*”. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*. Volume 13 Nomor 1.

Indrasti, W.A. (2016). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan, Dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan *Transfer Pricing*. *Jurnal Universitas Budi Luhur* Vol. 9. No.3.

Indriaswari, A. (2017). The influence of tax, tunneling incentive, and bonus mechanisms on *Transfer Pricing* decision in manufacturing companies. *The Indonesian Accounting Review*, 7 (1), 69 – 78.

Juarsa Badri, Henryanto Abaharis, Alfian, Yosep Eka Putra, Romi Susanto. (2023). “Pengaruh Minimalisasi Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Multinasional yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. *Edunomika – Vol. 07, No. 01, 2023*.

Keputusan *Transfer Pricing*: Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi 2014.

Kiswanto N., dan Purwaningsih A. (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2).

Lingga, I.S. (2012). Aspek Perpajakan dalam *Transfer Pricing* dan Problematika Praktik Penghindaran Pajak. *Zenit: Jurnal Ilmiah Universitas Kristen Maranatha* Vol. 1, No. 3, Desember 2012.

Mangoting, Y. (2004). Aspek Perpajakan dalam Praktek *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2(1): 69-82.

Melmusi, Zerni. (2016). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan yang Tergabung dalam Jakarta Islamic

Index dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EKOBISTE* Fakultas Ekonomi. Volume 5, Nomor (2) 2016;1-12.

Michelle Filantropy Mineri, dan Melvie Paramitha. (2021). “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*”. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, Volume 5, Nomer 1, Maret 2021, Hlm 35-44.

Mikael Tanuwiharja Surjana. (2020). “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus Terhadap Penerapan *Transfer Pricing*”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*-Vol. 12.No.1. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>.

Nurjanah, Ika; Isnawati dan Sondakh, Antonius G. (2015). Faktor Determinan Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*.

Pohan, C. A. (2018). *Pedoman Lengkap Pajak Internasional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap *Transfer Pricing*. *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1.

Renata Violetta Balkish, Tri Joko Prasetyo, dan Basuki Wibowo. (2020). “Analisis Manajemen Pajak, Selisih Kurs dan Kepemilikan Asing dengan *Transfer Pricing* Perusahaan”. *Jurnal Ilmiah Berkala Enam Bulanan* p-ISSN 1410 – 1831 <http://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jak>.

Rezky, F. (2018). Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Multinationality Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur yg Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3 (3), 401-415.

Rosa, Ria; Andini, Rita dan Rahardjo, Kharis. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Transaksi *Transfer Pricing*.

Santosa, S. J. D., & Suzan, L. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentives dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Kajian Akuntansi*. E-ISSN: 2581-074X. Hal. 76-83.

Saraswati, Gusti Ayu R.S dan Sujana, I Ketut. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Volume 19, Nomor (2) 2017; 1000 – 1029.

Sari, Eling Pamungkas dan Mubarak Abdulah. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan Debt Covenant Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Seminar Nasional I Universitas Pamulang*

- Sinaga, R. R. dan Sukartha, I. M. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity Ratio, Size, Leverage pada Manajemen Pajak Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 22, 2177–2203.
- Suandy, Erly. (2011). *Perencanaan Pajak*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutedi, A. (2013). *Hukum Pajak*. Cetakan kedua. Sinar Grafika. Jakarta.
- Tiwa, E. M., dkk. (2017). Pengaruh Pajak Dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di Bei Tahun 2013-2015. *Jurnal EMBA*. Vol. No. 2
- Windanarti, Dwi (2021). “Pengaruh Pajak dan Kepemilika Asing Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tergabung Dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2014-2018),”
- Yuniasih, Wayan, N., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi* 15.

&&&