Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 27577- 27593
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Puji Paujiah[1], Ajimat[2]
[1,2] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
pujipaujiah000@gmail.com[1], dosen00542@unpam.ac.id[2]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh 12 perusahaan dengan total 60 observasi selama periode penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan aplikasi EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing, dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 2,833882 > F-tabel sebesar 2,769431 dan nilai signifikansi 0,046337 < 0,05. Secara parsial, perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing dengan nilai T-hitung sebesar 1,779140 < 2,003241. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing dengan nilai T-hitung sebesar -2,756592 > 2,003241 dan nilai signifikansi 0,0079 < 0,05. Sementara mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing dengan nilai T-hitung sebesar 1,396268 < 2,003241. Dengan demikian, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing, sedangkan perencanaan pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Kata Kunci: *Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Mekanisme Bonus, Transfer Pricing*

1. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan pesatnya aktivitas bisnis lintas negara telah mendorong banyak perusahaan memperluas usahanya melalui pembentukan anak perusahaan maupun hubungan afiliasi di berbagai negara. Kondisi ini menyebabkan transaksi antar perusahaan dalam satu grup usaha semakin meningkat, baik dalam bentuk penjualan barang, jasa, royalti, maupun transaksi keuangan lainnya, sehingga membuka peluang penerapan *transfer pricing*. Praktik ini pada dasarnya wajar dalam kegiatan bisnis, namun menjadi perhatian otoritas perpajakan karena berpotensi dimanfaatkan untuk mengalihkan laba (*profit shifting*) dari negara bertarif pajak tinggi ke negara bertarif pajak rendah, sehingga mengurangi dasar pengenaan pajak dan menekan penerimaan negara. Oleh karena itu, *transfer pricing* menjadi salah satu isu penting dalam perpajakan yang terus mendapat perhatian pemerintah maupun peneliti Surjana dkk. (2020)

Di Indonesia, sektor energi khususnya pertambangan dan batu bara dinilai rentan terhadap praktik ini karena karakteristiknya berupa nilai transaksi besar, volume ekspor tinggi, dan keterlibatan afiliasi lintas negara, yang membuat transaksi antarperusahaan dalam satu grup usaha semakin kompleks Nurmalasari dkk. (2021).

Fenomena tersebut tercermin pada kasus PT Adaro Energy Indonesia Tbk melalui anak usahanya di Singapura, Coaltrade Services International Pte Ltd. Berdasarkan pemberitaan DetikFinance, selama periode 2009–2017 Adaro diduga menjual batu bara kepada afiliasinya di Singapura dengan harga lebih rendah, sebelum dijual kembali ke pasar internasional dengan harga lebih tinggi, sehingga sebagian laba yang seharusnya tercatat di Indonesia berpindah ke negara dengan tarif pajak lebih rendah. Kasus ini menegaskan bahwa *transfer pricing* masih menjadi isu relevan pada perusahaan energi berjaringan usaha internasional, sekaligus mendorong perlunya kajian atas faktor-faktor yang diduga memengaruhinya, seperti perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus.

Perencanaan pajak diduga berkontribusi terhadap keputusan *transfer pricing*, karena perusahaan dapat memanfaatkan transaksi dengan pihak berelasi sebagai strategi efisiensi pajak Sudarmanto. (2025). Selain itu, ukuran perusahaan turut berperan: perusahaan besar dengan total aset, aktivitas operasional, dan struktur organisasi

yang lebih kompleks cenderung memiliki lebih banyak transaksi afiliasi, sebagaimana tercermin pada PT Medco Energi Internasional Tbk yang memiliki entitas anak dan operasi lintas negara di Thailand, Oman, dan Tanzania Esa Agustin & Hari Stiawan dkk. (2022). Faktor lain adalah mekanisme bonus, yang berdasarkan *Bonus Plan Hypothesis* dalam Teori Akuntansi Positif mendorong manajemen memilih kebijakan termasuk transaksi afiliasi yang mendukung pencapaian target laba demi kompensasi yang diterima Rossa dkk. (2023).

Meskipun penelitian mengenai *transfer pricing* telah banyak dilakukan, hasilnya belum konsisten. Pada variabel perencanaan pajak, temuan Husna & Wulandari dkk. (2022) menunjukkan tidak adanya pengaruh, sedangkan Nasriani dkk. (2023) menemukan pengaruh signifikan. Pada variabel ukuran perusahaan, Sihotang dkk. (2025) menemukan pengaruh signifikan, berbeda dengan Purba dkk. (2024) yang tidak menemukan pengaruh. Adapun pada mekanisme bonus, Artauli & Kuntadi dkk. (2024) menemukan pengaruh signifikan, sementara Surjana dkk. (2020) menunjukkan hasil sebaliknya. Inkonsistensi ini menjadi celah penelitian yang perlu diisi.

Berdasarkan fenomena transfer pricing pada PT Adaro Energy Indonesia Tbk serta perbedaan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Teori Agensi *(Agency Theory)*

Teori keagenan pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajemen (*agent*), di mana *principal* memberikan wewenang kepada *agent* untuk mengelola kegiatan operasional serta mengambil keputusan yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan. Perbedaan tujuan antara kedua pihak dapat menimbulkan konflik kepentingan (*agency conflict*), karena manajemen tidak selalu bertindak sesuai dengan tujuan utama pemegang saham, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Konflik tersebut muncul akibat asimetri informasi (*information asymmetry*), yaitu kondisi ketika manajemen memiliki informasi yang lebih luas mengenai kondisi perusahaan dibandingkan pemilik, sehingga membuka peluang bagi manajemen untuk bertindak oportunistik demi kepentingan pribadi, seperti memperoleh kompensasi atau mencapai target kinerja tertentu Naif dkk. (2024).

Keterkaitan teori agensi dengan variabel penelitian terlihat dari kewenangan manajemen dalam menentukan kebijakan transaksi dengan pihak berelasi, yang dapat dimanfaatkan untuk mengatur alokasi laba antarperusahaan dalam satu kelompok usaha guna mendukung efektivitas perencanaan pajak. Ukuran perusahaan yang semakin besar mencerminkan kompleksitas aktivitas operasional dan transaksi yang lebih tinggi, sehingga memperbesar peluang terjadinya praktik *transfer pricing* Nurmalasari dkk. (2021). Sementara itu, mekanisme bonus sebagai bentuk kompensasi berbasis pencapaian laba dapat mendorong manajemen meningkatkan kinerja yang dilaporkan, termasuk melalui kebijakan yang berkaitan dengan *transfer pricing*. Dengan demikian, teori agensi menjadi landasan yang relevan untuk menjelaskan pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan kebijakan perusahaan dalam menentukan harga atas transaksi barang, jasa, Transfer pricing merupakan kebijakan perusahaan dalam menentukan harga atas transaksi yang melibatkan barang, jasa, aset tidak berwujud, maupun transaksi keuangan antarpihak yang memiliki hubungan istimewa Sihotang dkk. (2025). Secara umum, transfer pricing dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu *intra-company transfer pricing* yang terjadi pada transaksi antardivisi dalam satu perusahaan, dan *inter-company transfer pricing* yang terjadi pada transaksi antara dua atau lebih perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Praktik ini dapat dilakukan baik dalam lingkup domestik (*domestic transfer pricing*) maupun lintas negara (*international transfer pricing*) yang melibatkan perusahaan-perusahaan afiliasi Cahyani & Oktaviani dkk. (2023).

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak (*tax planning*) merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengatur kewajiban perpajakannya agar dapat diminimalkan secara legal sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Perencanaan pajak dilakukan dengan memanfaatkan berbagai ketentuan perpajakan yang tersedia, sehingga perusahaan dapat mencapai efisiensi beban pajak tanpa melanggar peraturan yang telah ditetapkan Sanusi dkk. (2022). Senada dengan hal tersebut, Rossa dkk. (2023) menjelaskan bahwa perencanaan pajak merupakan bagian

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dari manajemen perpajakan yang dilakukan untuk mencapai efisiensi beban pajak secara legal dengan tetap mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku, di mana upaya penghematan pajak tersebut tidak dilakukan melalui tindakan yang melanggar peraturan perpajakan. Perencanaan pajak berkaitan dengan keputusan *transfer pricing*, karena perusahaan dapat melakukan pengelolaan pajak untuk meminimalkan beban pajak.Yuliani Fadillah Azzahra dkk. (2023)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan karakteristik tertentu. Besarnya ukuran perusahaan dapat dilihat dari beberapa indikator keuangan, seperti total aset, tingkat penjualan, dan total pendapatan yang dimiliki perusahaan. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut Wahyudi & Fitriah dkk. (2021). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak serta aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan perusahaan kecil. Kondisi tersebut memberikan kemampuan lebih bagi perusahaan dalam mengelola berbagai strategi bisnis, termasuk strategi perpajakan dan transaksi dengan pihak berelasi. Namun, perusahaan besar juga menghadapi tingkat pengawasan yang lebih tinggi, baik dari pemerintah maupun publik, dalam setiap pengambilan keputusan Yolanda dkk. (2024).

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan mengenai besarnya bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham kepada anggota direksi sebagai bentuk penghargaan atas kinerja yang telah dicapai. Pemberian bonus umumnya diberikan apabila perusahaan memperoleh laba dan direksi dianggap mampu meningkatkan kinerja perusahaan Adhika & Wulandari dkk. (2023). Senada dengan hal tersebut, Zahira & Ratnasari dkk. (2025) menjelaskan bahwa mekanisme bonus merupakan pemberian penghargaan atau kompensasi tambahan kepada karyawan, terutama manajemen perusahaan, sebagai bentuk apresiasi atas pencapaian target atau keberhasilan perusahaan, di mana salah satu bentuk yang umum digunakan adalah bonus berdasarkan tingkat laba perusahaan yang diberikan kepada manajer atau direksi sebagai penghargaan atas kinerja yang telah dicapai.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh parsial perencanaan pajak terhadap transfer pricing; (2) pengaruh parsial ukuran perusahaan terhadap transfer pricing; (3) pengaruh parsial mekanisme bonus terhadap transfer pricing; dan (4) pengaruh simultan perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2024.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui analisis data yang bersifat statistik. Adapun penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih Sugiyono, (2019). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana perencanaan pajak (X1), ukuran perusahaan (X2), dan mekanisme bonus (X3) memengaruhi *transfer pricing* (Y) pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI selama tahun 2020–2024; (2) menyediakan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian; (3) tidak mengalami kerugian (memperoleh laba positif) selama periode penelitian; dan (4) menyediakan data laporan keuangan dan informasi lain yang dibutuhkan oleh peneliti selama tahun penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 12 perusahaan sebagai sampel dengan periode observasi lima tahun (2020–2024), sehingga total unit analisis yang digunakan adalah $12 \times 5 = 60$ data observasi.

Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang di unduh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id). Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12. Pemilihan model estimasi terbaik dilakukan melalui serangkaian uji spesifikasi model, yaitu Uji Chow, Uji Hausman, Uji Langrange Multiplier, yang menghasilkan *Common effect model* (CEM)

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

sebagai model terpilih. Selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas untuk memastikan kelayakan model regresi yang digunakan.

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
1	**Transfer Pricing (Y)**	RPT = Piutang Kepada Pihak Berelasi / Total Piutang x 100%	Rasio
2	**Perencanaan Pajak (X1)**	ETR = Beban Pajak Penghasilan / Laba Bersih Sebelum Pajak	Rasio
3	**Ukuran Perusahaan (X2)**	SIZE = Ln (Total Aset)	Rasio
4	**Mekanisme Bonus**	ITRENDLB = Laba Bersih Tahun t / Laba Bersih Tahun t-1 x 100%	Rasio

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum karakteristik data masing -masing variabel penelitian. Tabel 3.1 menyajikan ringkasan nilai rata-rata (*mean*), median, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dari keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Statistik Deskriptif

	TP	ETR	SIZE	BONUS
Mean	10.57477	11.91093	28.93070	0.111318
Median	11.01101	12.29761	29.59587	0.040311
Maximum	15.87283	13.52775	31.75922	3.307679
Minimum	3.850148	3.091042	22.73433	-2.425069
Std. Dev	2.624459	1.757086	2.567736	0.951994
Observation	60	60	60	60

Sumber: Output Eviews 12, diolah peneliti (2026)

Variabel *transfer pricing* (TP) yang diproksikan dengan rasio piutang pihak berelasi terhadap total piutang memiliki nilai rata-rata sebesar 10,57477. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan sampel memiliki transaksi piutang dengan pihak berelasi sebesar 10,57% dari total piutang. Nilai minimum TP sebesar 3,850148 menunjukkan bahwa terdapat perusahaan sampel dengan proporsi transaksi piutang pihak berelasi yang relatif rendah, sedangkan nilai maksimum sebesar 15,87283 menunjukkan adanya perusahaan dengan proporsi transaksi piutang pihak berelasi yang lebih tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 2,624459 yang lebih rendah dibandingkan nilai rata-ratanya menunjukkan bahwa tingkat variasi transfer pricing antarperusahaan sampel relatif rendah.

Variabel perencanaan pajak (tax planning) memiliki nilai rata-rata sebesar 11,91 dengan standar deviasi 1,757, mencerminkan tingkat perencanaan pajak yang relatif homogen antarperusahaan dalam sampel. Variabel ukuran perusahaan (SIZE), yang diukur dengan logaritma natural total aset, memiliki nilai rata-rata sebesar 28,93 dengan standar deviasi 2,568, mencerminkan keragaman skala perusahaan yang cukup besar dalam sampel. Adapun variabel mekanisme bonus (bonus mechanism) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,111, namun dengan standar deviasi yang cukup tinggi yaitu 0,952 akibat adanya nilai minimum negatif yang ekstrem (-2,425), yang mengindikasikan adanya perusahaan yang mengalami penurunan laba bersih cukup signifikan pada periode tertentu.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.2 Pemilihan Model dan Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan estimasi regresi, terlebih dahulu dilakukan pemilihan model data panel terbaik melalui serangkaian pengujian. Uji chow menghasilkan nilai probabilitas *Cross-section F* sebesar 0.1802 (> 0,05), sehingga *Common Effect Model* (CEM) lebih tepat di bandingkan *Fixed Effect Model* (FEM). Uji Hausman menghasilkan nilai probabilitas *chi-square* sebesar 0.9995 > 0,05 sehingga *Random Effect Model* (REM) lebih tepat dibandingkan dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Uji Lagrange Multiplier menghasilkan nilai cross section *Breusch-pagan* yaitu 0.3885 > 0,05 sehingga *Common Effect Model* (CEM) *Random Effect Model* (REM). Dengan demikian, CEM ditetapkan sebagai model estimasi yang digunakan dalam penelitian ini. Ringkasan hasil pemilihan model disajikan pada table 3.2.

Tabel 2.3 Ringkasan Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Uji	Perbandingan	Statistik	Prob	Model Terpilih
Uji Chow	CEM vs FEM	*Cross-section F*	0.1802	Common Effect Model (CEM)
Uji Hausman	REM vs FEM	*chi-square*	0.9995	Random Effect Model (REM)
Uji LM	CEM vs REM	*Breusch-pagan*	0.3885	Common Effect Model (CEM)

Sumber: Output Eviews 12, diolah peneliti (2026)

Setelah model terpilih, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model regresi. Uji normalitas menggunakan *Jarque-Bera* menghasilkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Centered VIF* dibawah 10 (ETR = 1.395, SIZE = 1.171, BONUS = 1.260) yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menghasilkan nilai probabilitas *Chi-square* sebesar 0.6885 (> 0,05) dan Uji autokorelasi menunjukan nilai Durbin-Watson sebesar 2.0058 yang berada dalam rentan bebas autokorelasi. Keseluruhan hasil tersebut, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 3.3 menyatakan bahwa model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik.

Tabel 3.3 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Statistik Uji	Nilai	Kesimpulan
Normalitas (*Jarque-Bera*)	(*Jarque-Bera*)	0.4911	Data berdistribusi normal (prob. > 0,05)
Multikolinearitas (VIF)	*Centered VIF*	< 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas (*Glejser*)	*Prob Chi-Square*	0.6885	Bebas heteroskedastisitas
Autokorelasi (*Durbin-Watson*)	*DW Stat*	2.0058	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Output Eviews 12, diolah peneliti (2026)

3.3 Hasil Estimasi Regresi Data Panel

Berdasarkan estimasi *Common Effect Model,* diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

TP = 16.84482 + 0.390853 ETR – 0.379713 SIZE + 0.538060 BONUS

Tabel 4 menyajikan hasil lengkap estimasi model beserta nilai goodness of fit-nya.

Tabel 3.4 Hasil Estimasi Common Effect Model

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistik	Prob
C	16.84482	3.870831	4.351731	0.0001
ETR	0.390853	0.219686	1.779140	0.0806
SIZE	-0.379713	0.137747	-2.756592	0.0079
BONUS	0.538060	0.385356	1.396268	0.1681

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

R^2 = 0,131805; Adjusted R^2 = 0,085295; F-statistik = 2;833882 Prob(F) = 0,046337

Sumber: Output Eviews 12, diolah peneliti (2026)

Nilai konstanta sebesar 16,844 menunjukkan bahwa apabila seluruh varibel independen bernilai nol, nilai TP berada pada 16,844. Koefisien ETR sebesar 0,3908 menunjukkan arah positif artinya setiap peningkatan satu satuan perencanaan pajak berkorelasi dengan penurunan SIZE sebesar -0,3797 menunjukkan arah negatif artinya setiap penurunan satu satuan ukuran perusahaan. Koefisien BONUS sebesar 0.5380 memperlihatkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,1318 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 8,53% variasi transfer pricing, sedangkan sisanya sebesar 91,47% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

3.4 Pengujian Hipotesis dan Diskusi

Pengujian hipotesis dilakukan melalui Uji t (parsial) dan Uji F (simultan). Ringkasan hasil pengujian disajikan pada tabel 3.5, yang selanjutnya menjadi dasar diskusi pada masing-masing hipotesis.

Tabel 3.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

H	Hipotesis	t/F-hitung	Prob.	Hasil	Keputusan
H1	Perencanaan Pajak → ETR	1,779140	0.0806	Tidak Berpengaruh	Ditolak
H2	Ukuran Perusahaan → SIZE	-2,756592	0.0079	Berpengaruh	Diterima
H3	Mekanisme Bonus → BONUS	1,396268	0.1681	Berpengaruh	Ditolak
H4	Simultan (Uji-F)	2.833882	0,0463	Berpengaruh	Diterima

Sumber: Ouput Eviews 12, diolah peneliti (2026)

Uji t pada variabel perencanaan pajak memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,7791 dengan probabilitaas 0,0806 (> 0,05), yang lebih besar dari t-tabel 2.003 sehingga perencanaan pajak dinyatakan tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Hal ini sejalan dengan teori keagenan, di mana meskipun manajemen memiliki wewenang untuk melakukan perencanaan pajak guna efisiensi beban pajak, upaya tersebut tidak selalu diwujudkan melalui kebijakan transfer pricing karena manajemen tetap mempertimbangkan kepentingan perusahaan secara keseluruhan, pengawasan pemilik, serta ketentuan perpajakan yang berlaku. Hasil ini konsisten dengan penelitian Sanusi dkk. (2022) serta Husna & Wulandari dkk. (2022), yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak belum dapat dijadikan faktor penentu kebijakan transfer pricing perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan memperoleh t-hitung sebesar -2,7565 dengan probabilitas 0,0079 (< 0,005), sehingga ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan teori keagenan (agency theory), di mana manajemen sebagai agent memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pemilik sebagai principal, sehingga berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, termasuk dalam menentukan kebijakan transfer pricing. Namun, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memperoleh pengawasan yang lebih ketat dari pemegang saham, regulator, otoritas pajak, dan masyarakat, serta memiliki sistem pengendalian internal dan tata kelola yang lebih baik, sehingga dapat membatasi tindakan oportunistik manajemen dalam menentukan kebijakan transfer pricing. Dengan demikian, ukuran perusahaan berkaitan dengan mekanisme pengawasan yang memengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan transfer pricing. Hasil ini sejalan dengan penelitian Latersia, Yusnaini dkk. (2024) serta Azhari & Winingrum dkk. (2024) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing, sehingga memperkuat temuan bahwa karakteristik perusahaan, khususnya ukuran perusahaan, berkaitan dengan tingkat pengawasan yang diterima perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Variabel mekanisme bonus memperoleh nilai t-hitung 1,3962 dengan probabilitas 0,1681 (> 0,05), sehingga mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, sehingga hipotesis yang menyatakan mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing ditolak. Dalam perspektif teori agensi, bonus seharusnya menjadi instrumen untuk menyelaraskan kepentingan manajemen (agent) dengan pemilik (principal), namun manajemen tampaknya tidak menjadikan besaran bonus sebagai pertimbangan utama dalam keputusan transfer pricing, melainkan lebih mempertimbangkan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

risiko dan kepatuhan terhadap regulasi perpajakan. Hasil ini sejalan dengan Surjana dkk. (2020) dan Sugeng dkk. (2023) yang juga menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Uji F menghasilkan nilai Fhitung sebesar 7,0856 dengan probabilitas 0,045 (< 0,05), yang lebih besar dari F-tabel sebesar 2,866 (dfl = 3; df2 = 56). Dengan demikian, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor energi yang terdaaftar di BEI periode 2020-2024. Secara bersama-sama, ketiga variabel ini mencerminkan aspek strategi perpajakan, skala operasional, dan kebijakan kompensasi manajemen yang saling berkaitan dalam mendorong keputusan perusahaan untuk melakukan transaksi transfer pricing. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurmalasari dkk. (2021), dan konsisten dengan prediksi teori agensi yang menyatakan bahwa manajemen sebagai agen memiliki insentif untuk memaksimalkan kesejahteraan pribadi baik melalui penghematan pajak perusahaan maupun pencapaian target bonus sehingga mendorong terjadinya praktik *transfer pricing* sebagai salah satu strategi untuk mencapai tujuan tersebut, meskipun berpotensi menimbulkan konflik kepentingan dengan prinsipal (pemegang saham).

3.4.1 Pengaruh Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 1,779140 dengan probabilitas 0,0806. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya upaya perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan belum cukup untuk membedakan kecenderungan penerapan transfer pricing pada sampel penelitian. Perusahaan yang melakukan perencanaan pajak secara aktif memang memiliki insentif untuk menekan beban pajak, tetapi keunggulan tersebut tidak secara otomatis diwujudkan melalui pengaturan harga transaksi dengan pihak berelasi. Penerapan transfer pricing juga membawa konsekuensi berupa pengawasan yang lebih ketat dari otoritas pajak, auditor, dan pemegang saham, sehingga perusahaan tidak serta-merta menjadikannya sebagai instrumen utama efisiensi pajak.

Tidak signifikannya perencanaan pajak dapat dipahami melalui dua kekuatan yang saling menyeimbangkan. Di satu sisi, perusahaan yang memiliki strategi perencanaan pajak yang matang berpotensi memanfaatkan transaksi afiliasi untuk mengalihkan sebagian laba ke entitas dengan beban pajak yang lebih rendah. Di sisi lain, keputusan transfer pricing menuntut dokumentasi yang kompleks, analisis kewajaran harga (*arm's length principle*), serta risiko koreksi fiskal dan sengketa yang lebih tinggi dibandingkan strategi efisiensi pajak lainnya, seperti pemanfaatan insentif investasi atau pengaturan waktu pengakuan biaya. Ketika manajemen mempertimbangkan biaya kepatuhan dan risiko pemeriksaan tersebut, insentif untuk merealisasikan perencanaan pajak melalui transfer pricing menjadi berkurang. Oleh karena itu, manajemen cenderung mempertimbangkan manfaat penghematan pajak bersamaan dengan risiko nonkeuangan yang mungkin timbul dari transaksi antarentitas berelasi.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Sanusi dkk. (2022) serta Husna & Wulandari dkk. (2022) yang juga menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Kesamaan hasil tersebut memperkuat dugaan bahwa upaya efisiensi pajak perusahaan tidak selalu diikuti oleh perubahan praktik transfer pricing, karena kedua kebijakan tersebut dapat berjalan secara independen dalam pengambilan keputusan manajemen. Perbedaan hasil dengan penelitian lain yang menemukan pengaruh signifikan kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan sektor, periode observasi, serta karakteristik struktur kepemilikan dan afiliasi perusahaan yang diteliti.

Karakteristik perusahaan dalam sampel juga perlu dipertimbangkan. Pengukuran perencanaan pajak umumnya menyederhanakan berbagai strategi efisiensi pajak menjadi satu indikator tunggal, padahal dua perusahaan dengan tingkat perencanaan pajak yang relatif sama dapat menempuh jalur yang sangat berbeda. Sebagian perusahaan mungkin lebih mengandalkan pemanfaatan fasilitas fiskal domestik, sementara sebagian lainnya memiliki struktur grup usaha dan anak perusahaan afiliasi yang membuka ruang lebih besar bagi transfer pricing. Perbedaan jalur efisiensi pajak tersebut dapat menjelaskan mengapa variabel perencanaan pajak tidak menunjukkan pengaruh statistik yang kuat terhadap transfer pricing.

Periode penelitian 2020–2024 turut mencakup kondisi ekonomi yang tidak sepenuhnya normal, termasuk dampak pandemi, pemulihan ekonomi, serta fluktuasi harga komoditas yang memengaruhi laba dan strategi pajak perusahaan sektor energi. Pada kondisi tersebut, perusahaan dapat melakukan penyesuaian perencanaan pajak melalui restrukturisasi biaya atau investasi tanpa harus mengubah kebijakan transfer pricing yang telah berjalan. Kondisi ini membuat hubungan sederhana antara perencanaan pajak dan transfer pricing menjadi lebih sulit terlihat secara statistik, sehingga perencanaan pajak lebih tepat diperlakukan sebagai salah satu karakteristik yang perlu dianalisis bersama variabel lain, bukan sebagai faktor tunggal penentu transfer pricing.

Dari sudut pandang teori agensi, manajemen sebagai agen memiliki asimetri informasi yang memungkinkan pengambilan keputusan pajak tanpa pengawasan penuh dari pemilik perusahaan (principal).

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Namun, perusahaan umumnya juga memiliki mekanisme pengawasan internal, seperti komite audit dan prosedur kepatuhan, yang membatasi tindakan manajemen dalam mengaitkan perencanaan pajak dengan praktik transfer pricing yang berisiko tinggi. Dengan demikian, peningkatan peluang memanfaatkan transfer pricing sebagai instrumen efisiensi pajak dapat diimbangi oleh peningkatan pengawasan dan pertimbangan risiko reputasi, sehingga hasil yang tidak signifikan ini konsisten dengan keseimbangan antara insentif dan kontrol dalam hubungan keagenan.

Implikasi bagi otoritas pajak adalah bahwa tingkat perencanaan pajak tidak seharusnya digunakan sebagai satu-satunya dasar penilaian risiko praktik transfer pricing. Perusahaan dengan perencanaan pajak yang agresif belum tentu menerapkan transfer pricing, sedangkan perusahaan dengan perencanaan pajak yang moderat tetap dapat memiliki transaksi afiliasi yang kompleks. Pengawasan akan lebih efektif apabila indikator perencanaan pajak dikombinasikan dengan indicator lain, seperti proporsi transaksi dengan pihak berelasi, keberadaan entitas di luar negeri, dan kewajaran harga transaksi afiliasi.

Bagi perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa upaya efisiensi pajak tidak dengan sendirinya menimbulkan persepsi bahwa perusahaan melakukan transfer pricing yang agresif. Meskipun demikian, perusahaan tetap perlu memastikan bahwa setiap transaksi dengan pihak berelasi didukung dokumentasi yang memadai dan alasan bisnis yang jelas, sehingga strategi perencanaan pajak yang diterapkan dapat dibedakan secara tegas dari praktik transfer pricing yang berpotensi dianggap agresif oleh otoritas pajak.

3.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar -2,756592 dengan probabilitas sebesar 0,0079. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa besar kecilnya skala perusahaan cukup mampu membedakan kecenderungan penerapan transfer pricing pada sampel penelitian, dengan arah koefisien negatif yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin rendah kecenderungannya menerapkan transfer pricing. Perusahaan berskala besar memang memiliki lebih banyak entitas afiliasi dan sumber daya yang memungkinkan perancangan struktur transaksi lintas entitas, tetapi keunggulan tersebut tidak serta-merta diwujudkan melalui pengaturan harga transaksi dengan pihak berelasi. Penerapan transfer pricing pada perusahaan besar juga membawa konsekuensi berupa pengawasan yang jauh lebih ketat dari otoritas pajak, auditor, investor, dan publik, sehingga perusahaan besar cenderung lebih berhati-hati dan tidak menjadikan transfer pricing sebagai instrumen utama dalam mengelola kepentingan operasionalnya.

Hasil ini dapat dipahami melalui dua kekuatan yang saling berlawanan namun pada akhirnya condong ke arah pengendalian. Di satu sisi, perusahaan besar memiliki lebih banyak entitas afiliasi, transaksi lintas unit usaha, serta sumber daya untuk merancang struktur transfer pricing yang kompleks. Di sisi lain, perusahaan besar juga menanggung biaya politik dan reputasi yang jauh lebih tinggi ketika menjadi sorotan otoritas pajak, investor, dan publik. Ketika ukuran perusahaan semakin besar, tekanan pengawasan eksternal dan internal cenderung tumbuh lebih cepat dibandingkan peluang untuk memanfaatkan transfer pricing secara oportunistik, sehingga hasil penelitian ini menunjukkan hubungan negatif dan signifikan antara ukuran perusahaan dan transfer pricing. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pada sampel perusahaan sektor yang diteliti, kekuatan pengawasan tersebut yang lebih dominan.

Temuan ini sejalan dengan Latersia, Yusnaini dkk. (2024) serta Azhari & Winingrum dkk. (2024) yang juga menemukan pengaruh ukuran perusahaan terhadap transfer pricing. Kesamaan hasil tersebut memperkuat dugaan bahwa karakteristik perusahaan, khususnya skala usaha, berkaitan erat dengan tingkat pengawasan dan pengendalian yang diterima perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perbedaan dengan penelitian yang menemukan hasil tidak signifikan kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan sektor, proksi pengukuran ukuran perusahaan, serta periode observasi yang digunakan.

Komposisi dan karakteristik perusahaan dalam sampel turut memperkuat temuan ini. Pengukuran ukuran perusahaan melalui total aset menyederhanakan berbagai jenis dan struktur kepemilikan aset menjadi satu angka tunggal. Perusahaan dengan aset besar umumnya juga memiliki struktur organisasi yang lebih formal, departemen keuangan dan pajak yang lebih mapan, serta prosedur pengambilan keputusan yang lebih terstruktur dan berjenjang. Struktur tersebut secara alami membatasi ruang gerak manajemen dalam mengambil keputusan transfer pricing secara sepihak, karena setiap transaksi material dengan pihak berelasi harus melalui mekanisme persetujuan yang lebih ketat dibandingkan pada perusahaan berskala lebih kecil.

Periode penelitian 2020–2024 turut menjadi konteks penting dalam membaca hasil ini. Pada periode tersebut, perusahaan besar menghadapi sorotan yang lebih tinggi terkait kepatuhan pajak, sejalan dengan penguatan regulasi dan pengawasan otoritas pajak terhadap transaksi afiliasi dan praktik penghindaran pajak di

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

berbagai sektor. Tekanan regulasi yang meningkat pada periode ini kemungkinan turut mendorong perusahaan besar untuk lebih berhati-hati dalam menerapkan kebijakan transfer pricing, sehingga hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan transfer pricing menjadi lebih konsisten terlihat dibandingkan pada periode dengan pengawasan yang lebih longgar.

Dalam perspektif teori agensi, hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara principal sebagai pemilik perusahaan dan agent sebagai pengelola operasional tidak selalu menghasilkan tindakan oportunistik, meskipun manajemen memiliki asimetri informasi yang lebih besar mengenai kondisi perusahaan. Pada perusahaan berukuran besar, mekanisme pengendalian internal seperti komite audit, audit internal, dan tata kelola perusahaan yang lebih matang berfungsi sebagai instrumen bonding yang mengurangi biaya keagenan. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kapasitas pengawasan yang dimiliki principal untuk membatasi tindakan manajemen dalam menentukan kebijakan transfer pricing yang berpotensi merugikan kepentingan perusahaan secara keseluruhan.

Implikasi bagi otoritas pajak adalah bahwa ukuran perusahaan tetap relevan sebagai salah satu indikator dalam penilaian risiko transfer pricing, namun perlu dibaca secara proporsional. Perusahaan besar yang berada di bawah pengawasan ketat belum tentu menjadi pihak yang paling agresif dalam menerapkan transfer pricing, sedangkan perusahaan dengan skala lebih kecil namun memiliki hubungan afiliasi kompleks tetap berpotensi menjadi celah pengawasan yang perlu diperhatikan. Pendekatan berbasis risiko yang mengombinasikan ukuran perusahaan dengan indikator lain, seperti proporsi transaksi berelasi dan struktur kepemilikan, akan memberikan hasil pengawasan yang lebih tepat sasaran.

Bagi perusahaan, hasil ini menegaskan bahwa pertumbuhan skala usaha perlu diiringi dengan penguatan tata kelola dan dokumentasi transaksi afiliasi yang memadai. Perusahaan besar yang menjadi sorotan publik dan otoritas pajak perlu memastikan bahwa setiap kebijakan harga transfer didukung oleh analisis kewajaran transaksi dan substansi ekonomi yang jelas, sehingga penerapan tata kelola yang baik dapat menjadi nilai tambah dalam menjaga kepercayaan pemegang saham sekaligus meminimalkan risiko sengketa pajak di masa mendatang. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing dinyatakan diterima.

3.4.3 Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 1,396268 dengan probabilitas sebesar 0,1681. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa besar kecilnya bonus yang diterima manajemen belum cukup untuk membedakan kecenderungan penerapan transfer pricing pada sampel penelitian. Perusahaan yang menerapkan skema bonus berbasis pencapaian laba memang memberikan insentif bagi manajemen untuk memaksimalkan laba yang dilaporkan, tetapi dorongan tersebut tidak secara otomatis diwujudkan melalui pengaturan harga transaksi dengan pihak berelasi. Penerapan transfer pricing membawa konsekuensi berupa kebutuhan dokumentasi kewajaran transaksi, pengawasan yang lebih ketat dari otoritas pajak, serta risiko sengketa yang jauh lebih besar dibandingkan manfaat bonus yang akan diterima, sehingga manajemen tidak serta-merta menjadikannya sebagai instrumen utama untuk mencapai target kompensasi.

Tidak signifikannya mekanisme bonus dapat dipahami melalui dua kekuatan yang saling menyeimbangkan. Di satu sisi, pemberian bonus yang dikaitkan dengan pencapaian laba secara teoritis dapat mendorong manajemen mencari berbagai cara untuk memaksimalkan laba yang dilaporkan, termasuk melalui pengaturan harga transaksi dengan pihak berelasi. Di sisi lain, transfer pricing merupakan instrumen yang membawa risiko kepatuhan, kebutuhan dokumentasi kewajaran transaksi (*arm's length principle*), serta potensi sengketa dengan otoritas pajak yang jauh lebih besar dibandingkan manfaat bonus yang akan diterima manajemen. Ketika manajemen mempertimbangkan biaya dan risiko tersebut, insentif bonus semata tidak cukup kuat untuk mendorong keputusan transfer pricing, sehingga kekuatan pengendalian risiko lebih dominan dibandingkan dorongan insentif kompensasi pada sampel penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan Surjana dkk. (2020) dan Sugeng dkk. (2023) yang juga menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Kesamaan hasil tersebut memperkuat dugaan bahwa pemberian kompensasi berbasis kinerja kepada manajemen tidak secara konsisten diikuti oleh perubahan kebijakan transfer pricing di berbagai konteks perusahaan dan periode penelitian. Perbedaan dengan penelitian lain yang menemukan pengaruh signifikan kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan struktur skema bonus, sektor industri, serta karakteristik kepemilikan dan afiliasi perusahaan yang diteliti.

Karakteristik skema kompensasi dalam sampel penelitian turut menjelaskan hasil ini. Pengukuran mekanisme bonus umumnya menyederhanakan berbagai bentuk skema kompensasi manajemen menjadi satu

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

indikator berbasis pencapaian laba, padahal skema bonus di lapangan dapat sangat beragam, baik dari sisi besaran, periode penilaian, maupun indikator kinerja yang digunakan. Sebagian perusahaan mungkin mengaitkan bonus dengan target laba jangka pendek, sementara sebagian lainnya menekankan pada indikator operasional atau non-keuangan. Perbedaan struktur skema tersebut dapat membuat dorongan manajemen untuk mengoptimalkan laba melalui transfer pricing menjadi tidak seragam antarperusahaan, sehingga pengaruh mekanisme bonus terhadap transfer pricing sulit terlihat secara statistik.

Periode penelitian 2020–2024 turut menjadi konteks penting dalam membaca hasil ini. Pada periode tersebut, perusahaan menghadapi kondisi ekonomi yang tidak sepenuhnya normal, termasuk dampak pandemi dan fluktuasi harga komoditas, yang dapat memengaruhi pencapaian target laba dan realisasi pembayaran bonus manajemen. Dalam kondisi seperti ini, keputusan transfer pricing lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan menjaga kelangsungan operasional dan arus kas perusahaan dibandingkan sekadar upaya memenuhi target bonus, sehingga hubungan antara mekanisme bonus dan transfer pricing menjadi lebih sulit teramati secara konsisten pada periode observasi ini.

Dalam perspektif teori agensi, mekanisme bonus pada dasarnya dirancang sebagai instrumen untuk menyelaraskan kepentingan manajemen sebagai agent dengan kepentingan pemilik perusahaan sebagai principal. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut belum cukup kuat untuk mengatasi pertimbangan risiko yang melekat pada kebijakan transfer pricing. Manajemen tetap dibatasi oleh mekanisme pengawasan internal, kepatuhan terhadap regulasi perpajakan, serta tanggung jawab menjaga kepentingan perusahaan secara keseluruhan, sehingga insentif bonus tidak serta-merta mengubah keputusan strategis terkait transaksi dengan pihak berelasi. Kondisi ini menegaskan bahwa konflik kepentingan antara principal dan agent tidak selalu terealisasi melalui satu instrumen kompensasi semata.

Implikasi bagi otoritas pajak adalah bahwa keberadaan skema bonus manajemen tidak seharusnya dijadikan satu-satunya indikator dalam menilai risiko praktik transfer pricing suatu perusahaan. Perusahaan dengan skema bonus berbasis laba yang besar belum tentu lebih agresif dalam menerapkan transfer pricing, sedangkan perusahaan dengan skema kompensasi yang lebih sederhana tetap berpotensi memiliki transaksi afiliasi yang kompleks apabila memiliki struktur kepemilikan tertentu. Pengawasan akan lebih efektif apabila mempertimbangkan indikator lain secara bersamaan, seperti struktur transaksi berelasi dan keberadaan entitas di luar negeri, dibandingkan hanya berfokus pada skema kompensasi manajemen.

Bagi perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa perancangan skema bonus tidak dengan sendirinya menimbulkan risiko praktik transfer pricing yang agresif. Meskipun demikian, perusahaan tetap perlu memastikan bahwa sistem penilaian kinerja dan pemberian kompensasi manajemen dirancang dengan mempertimbangkan aspek kepatuhan pajak, sehingga target pencapaian laba yang mendasari pemberian bonus tidak menciptakan tekanan yang keliru bagi manajemen untuk mengambil keputusan transaksi afiliasi yang berisiko tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing dinyatakan ditolak.

3.4.4 Pengaruh Simultan Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing. Yang ditunjukan oleh nilai probabilitas 0,0463 Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kemampuan yang memadai untuk menjelaskan perbedaan praktik transfer pricing antarsampel. Temuan ini penting karena keputusan transfer pricing pada perusahaan yang diteliti tidak muncul hanya sebagai akibat satu kondisi tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara upaya efisiensi pajak, skala serta kompleksitas perusahaan, dan skema kompensasi manajemen. Ketika ketiga faktor tersebut dianalisis secara terpadu, model mampu menangkap sebagian insentif dan peluang yang dimiliki manajemen dalam menentukan kebijakan transfer pricing perusahaan.

Dalam perspektif teori agensi, pengaruh simultan tersebut dapat dijelaskan melalui adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) yang mengharapkan kepatuhan dan kinerja perusahaan yang optimal, dengan manajemen (*agent*) yang berupaya mempertahankan dan meningkatkan kinerja yang dilaporkan. Manajemen menghadapi tuntutan untuk menunjukkan efisiensi biaya, termasuk beban pajak, sekaligus mencapai target kinerja yang menjadi dasar pemberian kompensasi. Perencanaan pajak mencerminkan upaya manajemen mengelola kewajiban perpajakan, ukuran perusahaan menentukan kapasitas sumber daya serta kompleksitas struktur transaksi yang tersedia, sedangkan mekanisme bonus menjadi salah satu bentuk insentif yang mendorong manajemen mencapai kinerja tertentu. Interaksi ketiganya menghasilkan kondisi yang secara bersama-sama dapat

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

mendorong manajemen mempertimbangkan kebijakan transfer pricing secara lebih aktif, meskipun secara parsial tidak semua faktor tersebut berpengaruh signifikan.

Karakteristik perusahaan dalam sampel turut memperkuat relevansi pengujian simultan ini. Perusahaan yang diteliti umumnya memiliki struktur usaha yang melibatkan transaksi antarentitas dalam satu grup, kebutuhan pendanaan yang besar, serta keterikatan pada ketentuan perpajakan yang kompleks. Kondisi tersebut membuat keputusan transfer pricing tidak dapat dipahami hanya dari satu karakteristik perusahaan secara terpisah. Upaya efisiensi pajak dapat memengaruhi cara perusahaan menyusun struktur transaksi afiliasi, skala perusahaan dapat menentukan luasnya jaringan dan kompleksitas transaksi yang dimiliki, sedangkan skema kompensasi manajemen dapat memengaruhi orientasi jangka pendek dalam pengambilan keputusan. Ketika ketiga karakteristik ini saling berinteraksi, potensi terjadinya kebijakan transfer pricing menjadi lebih dapat dijelaskan dibandingkan hanya melihat salah satu faktor saja.

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) yang diperoleh dalam model penelitian ini turut mendukung interpretasi tersebut, yaitu sebesar 8,53%, yang menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas pada tingkat tertentu terhadap variasi transfer pricing. Angka ini bukan berarti ketiga variabel kurang penting, tetapi menunjukkan bahwa transfer pricing merupakan fenomena multidimensional yang variasinya masih dapat dijelaskan pula oleh faktor lain di luar model, seperti kepemilikan asing, tata kelola perusahaan, profitabilitas, leverage, intensitas aset, maupun kondisi makroekonomi. Dengan demikian, temuan simultan dalam penelitian ini perlu dipandang sebagai bukti bahwa karakteristik operasional dan kebijakan internal perusahaan merupakan bagian penting dari penjelasan transfer pricing, namun bukan satu-satunya penjelasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Pondrinal dkk. (2023) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing, serta Nurmalasari dkk. (2021) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing. Kesamaan hasil tersebut memperkuat dugaan bahwa meskipun kombinasi variabel yang diuji berbeda-beda antarpenelitian, karakteristik dan kebijakan internal perusahaan secara bersama-sama tetap relevan dalam menjelaskan praktik transfer pricing.

Menurut analisis peneliti, berpengaruhnya perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus secara simultan menunjukkan bahwa keputusan transfer pricing tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan hasil dari interaksi berbagai pertimbangan dalam perusahaan. Hasil ini juga menegaskan bahwa meskipun secara parsial perencanaan pajak dan mekanisme bonus tidak terbukti berpengaruh, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh, ketiga variabel tersebut ketika diuji secara bersama-sama tetap memberikan kontribusi terhadap variasi transfer pricing. Kondisi ini konsisten dengan pandangan bahwa kebijakan transfer pricing merupakan keputusan strategis yang mempertimbangkan banyak aspek sekaligus, bukan hasil dari satu pertimbangan tunggal.

Secara praktis, pengaruh simultan ini memberikan pesan bahwa otoritas pajak perlu menggunakan pendekatan berbasis risiko yang menggabungkan beberapa indikator sekaligus, tidak hanya berfokus pada salah satu karakteristik perusahaan. Kombinasi indikator perencanaan pajak, skala perusahaan, dan skema kompensasi manajemen dapat membantu menentukan prioritas pemeriksaan serta mengidentifikasi perusahaan yang berpotensi menerapkan kebijakan transfer pricing yang agresif. Bagi manajemen, hasil ini menegaskan pentingnya memastikan bahwa setiap kebijakan yang berkaitan dengan efisiensi pajak, ekspansi usaha, maupun skema kompensasi tetap diselaraskan dengan tata kelola dan kepatuhan perpajakan yang baik. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing dinyatakan diterima.

3.4.5 Interpretasi Related Party Transaction Ratio sebagai Proksi Transfer Pricing

Penelitian ini menggunakan *Related Party Transaction Ratio* (RPT Ratio) sebagai proksi *transfer pricing*. RPT Ratio digunakan untuk menggambarkan proporsi transaksi yang dilakukan perusahaan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penggunaan transaksi pihak berelasi sebagai proksi *transfer pricing* didasarkan pada adanya keterkaitan antara transaksi dengan pihak berelasi dan penerapan kebijakan *transfer pricing*. Transaksi pihak berelasi dapat meliputi transaksi barang, jasa, aset, maupun transaksi keuangan yang dilakukan antara perusahaan dengan pihak yang memiliki hubungan khusus.

Secara umum, semakin besar proporsi transaksi dengan pihak berelasi, semakin tinggi tingkat keterlibatan perusahaan dalam transaksi yang berpotensi berkaitan dengan praktik *transfer pricing*. Namun, nilai RPT Ratio yang tinggi tidak secara langsung membuktikan bahwa perusahaan melakukan *transfer pricing* yang tidak wajar. Transaksi dengan pihak berelasi dapat dilakukan untuk berbagai tujuan bisnis, seperti kegiatan operasional, penyediaan jasa, pembelian atau penjualan barang, pendanaan, maupun kebutuhan internal perusahaan dalam satu

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kelompok usaha. Oleh karena itu, interpretasi RPT Ratio perlu dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan karakteristik dan aktivitas perusahaan.

Dalam penelitian ini, RPT Ratio dihitung dengan membandingkan jumlah transaksi atau piutang pihak berelasi dengan total transaksi atau total piutang perusahaan. Pengukuran tersebut digunakan untuk menunjukkan seberapa besar proporsi transaksi perusahaan yang melibatkan pihak berelasi. Nilai RPT Ratio yang semakin tinggi menunjukkan semakin besar proporsi transaksi dengan pihak berelasi, sehingga semakin tinggi pula indikasi keterlibatan perusahaan dalam transaksi yang berkaitan dengan *transfer pricing*. Sebaliknya, nilai RPT Ratio yang rendah menunjukkan bahwa proporsi transaksi dengan pihak berelasi relatif kecil.

Pemilihan RPT Ratio sebagai proksi *transfer pricing* dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sudarmanto dkk. (2025). Proksi tersebut dipilih karena data transaksi dengan pihak berelasi dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan dan dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat keterlibatan perusahaan dalam transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Selain itu, penggunaan transaksi pihak berelasi sebagai indikator *transfer pricing* relevan dengan karakteristik praktik *transfer pricing* yang umumnya dilakukan melalui transaksi antarperusahaan yang berada dalam satu kelompok usaha.

Meskipun demikian, RPT Ratio memiliki keterbatasan dalam menggambarkan praktik *transfer pricing*. Tingginya transaksi dengan pihak berelasi tidak selalu menunjukkan adanya manipulasi harga atau pengalihan laba, karena transaksi tersebut dapat dilakukan berdasarkan kebutuhan bisnis yang sah dan tetap mengikuti prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*). Oleh karena itu, RPT Ratio lebih tepat dipahami sebagai indikator tingkat keterlibatan perusahaan dalam transaksi pihak berelasi yang berpotensi berkaitan dengan *transfer pricing*, bukan sebagai bukti langsung bahwa perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* yang tidak sesuai dengan harga wajar.

Dengan demikian, interpretasi RPT Ratio dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan arah pengukurannya, yaitu semakin tinggi nilai RPT Ratio maka semakin tinggi indikasi keterlibatan perusahaan dalam transaksi dengan pihak berelasi dan semakin tinggi indikasi penggunaan *transfer pricing*. Sebaliknya, semakin rendah nilai RPT Ratio menunjukkan semakin rendah proporsi transaksi dengan pihak berelasi. Penegasan arah interpretasi ini penting agar hasil analisis deskriptif, pengujian hipotesis, pembahasan, dan kesimpulan dapat memberikan makna yang konsisten terhadap variabel *transfer pricing*.

3.4.6. Relevansi Temuan pada Perusahaan Sektor Energi

Temuan penelitian perlu ditempatkan dalam karakteristik perusahaan sektor energi yang memiliki kegiatan operasional padat modal, kebutuhan investasi yang besar, serta menghadapi perubahan harga komoditas dan kondisi pasar. Karakteristik tersebut dapat memengaruhi kebijakan perusahaan dalam mengelola beban dan kewajiban perpajakan. Dalam kondisi tersebut, perencanaan pajak menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan karena perusahaan dapat melakukan pengelolaan kewajiban perpajakan melalui berbagai strategi yang tetap sesuai dengan ketentuan perpajakan. Namun, perencanaan pajak tidak selalu berkaitan secara langsung dengan kebijakan *transfer pricing*, karena perusahaan dapat menggunakan strategi perpajakan lainnya sesuai dengan kondisi dan kebutuhan operasionalnya.

Perusahaan sektor energi juga memiliki karakteristik ukuran perusahaan yang beragam, baik dari sisi total aset, pendapatan, maupun skala kegiatan operasional. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki kegiatan usaha dan struktur organisasi yang lebih kompleks serta melakukan transaksi dengan berbagai pihak, termasuk pihak berelasi. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kompleksitas dalam pengelolaan transaksi perusahaan. Namun, ukuran perusahaan tidak selalu menentukan kecenderungan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, karena keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh kebutuhan operasional, hubungan dengan pihak berelasi, strategi bisnis, serta kebijakan manajemen. Oleh karena itu, besar kecilnya perusahaan tidak dapat dijadikan satu-satunya dasar untuk menjelaskan tingkat *transfer pricing* pada perusahaan sektor energi.

Selain perencanaan pajak dan ukuran perusahaan, mekanisme bonus juga relevan dalam melihat kebijakan manajemen perusahaan sektor energi. Mekanisme bonus dapat mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan karena pemberian bonus umumnya berkaitan dengan pencapaian laba atau target tertentu. Dalam kondisi tersebut, manajemen memiliki kepentingan untuk mempertahankan atau meningkatkan laba perusahaan. Namun, keputusan *transfer pricing* tidak semata-mata ditentukan oleh adanya mekanisme bonus, karena perusahaan sektor energi memiliki berbagai pertimbangan lain, seperti kondisi harga komoditas, kebutuhan investasi, biaya operasional, serta kebijakan transaksi dengan pihak berelasi. Dengan demikian, mekanisme bonus belum tentu menjadi faktor utama dalam menentukan kebijakan *transfer pricing*.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Berdasarkan karakteristik tersebut, hubungan antara perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* perlu dipahami dengan mempertimbangkan kondisi khusus perusahaan sektor energi. Perencanaan pajak berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengelola kewajiban perpajakan, ukuran perusahaan mencerminkan skala dan kompleksitas kegiatan usaha, sedangkan mekanisme bonus berkaitan dengan dorongan manajemen dalam mencapai target kinerja. Ketiga variabel tersebut memiliki keterkaitan dengan keputusan manajemen, tetapi pengaruhnya terhadap *transfer pricing* dapat berbeda sesuai dengan kondisi perusahaan dan strategi bisnis yang diterapkan.

Dengan demikian, hasil penelitian pada perusahaan sektor energi menunjukkan bahwa kebijakan *transfer pricing* tidak hanya dapat dipandang sebagai keputusan yang berkaitan dengan penghematan pajak atau pencapaian laba, tetapi juga merupakan bagian dari keputusan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Karakteristik sektor energi yang membutuhkan modal besar, memiliki kegiatan operasional yang kompleks, serta menghadapi perubahan kondisi pasar menyebabkan manajemen perlu mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menentukan kebijakan transaksi dengan pihak berelasi. Oleh karena itu, analisis terhadap perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus perlu dilakukan secara bersama-sama untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan sektor energi.

3.4.7 Karekteristik Temuan Dengan Teori Agensi

Secara keseluruhan, temuan penelitian mendukung penggunaan teori agensi untuk menjelaskan kebijakan *transfer pricing*. Konflik kepentingan tidak hanya terjadi antara perusahaan dan pemerintah, tetapi juga antara manajemen dan pemegang saham. Pemegang saham dapat menginginkan peningkatan laba dan efisiensi pengelolaan perusahaan, sedangkan manajemen memiliki kepentingan untuk mempertahankan kinerja dan mencapai kepentingan pribadi melalui keputusan perusahaan. Perencanaan pajak dapat menjadi salah satu bentuk upaya manajemen dalam mengelola beban pajak, tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efisiensi pajak tidak selalu diwujudkan melalui transaksi dengan pihak berelasi. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan, semakin kompleks struktur dan aktivitas transaksinya sehingga meningkatkan ruang bagi manajemen dalam menentukan kebijakan transaksi dengan pihak berelasi. Sementara itu, mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sehingga dorongan memperoleh kompensasi berdasarkan pencapaian laba belum menjadi faktor utama dalam keputusan *transfer pricing*.

Teori agensi juga menekankan adanya asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Manajemen sebagai pihak yang menjalankan kegiatan operasional perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak mengenai kondisi perusahaan dan transaksi dengan pihak berelasi dibandingkan pemegang saham. Ukuran perusahaan yang semakin besar dapat meningkatkan kompleksitas kegiatan usaha dan transaksi sehingga memperbesar kebutuhan pengawasan terhadap keputusan manajemen. Dalam kondisi tersebut, manajemen memiliki ruang yang lebih besar dalam menentukan kebijakan transaksi antar pihak berelasi. Namun, tidak berpengaruhnya perencanaan pajak menunjukkan bahwa perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham dalam memperoleh efisiensi pajak tidak secara langsung mendorong penggunaan *transfer pricing*. Tidak berpengaruhnya mekanisme bonus juga menunjukkan bahwa insentif manajemen berbasis laba belum cukup kuat untuk mendorong penggunaan *transfer pricing* sebagai sarana meningkatkan laba. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa kompleksitas yang berkaitan dengan ukuran perusahaan lebih dominan dalam menjelaskan kebijakan *transfer pricing* dibandingkan kepentingan efisiensi pajak dan pemberian bonus.

Teori agensi juga menekankan pentingnya biaya *monitoring* dan *bonding* dalam mengurangi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pemegang saham dapat melakukan *monitoring* melalui dewan komisaris, komite audit, audit eksternal, serta pengawasan terhadap laporan dan transaksi pihak berelasi. Sementara itu, perusahaan dapat melakukan *bonding* melalui penerapan kebijakan internal, dokumentasi transaksi, dan kepatuhan terhadap prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*). Ketika mekanisme pengawasan berjalan dengan baik, manajemen akan lebih berhati-hati dalam menentukan kebijakan *transfer pricing* karena keputusan tersebut dapat memengaruhi kepentingan perusahaan dan menimbulkan risiko bagi manajemen. Kondisi ini menjadi semakin penting pada perusahaan berukuran besar karena kompleksitas transaksi dan struktur organisasi dapat meningkatkan biaya pengawasan. Oleh karena itu, pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dapat mencerminkan semakin pentingnya mekanisme pengawasan dalam mengendalikan keputusan manajemen.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa mekanisme tata kelola perusahaan dapat menjadi variabel penting pada penelitian selanjutnya. Independensi komisaris, kualitas audit, kepemilikan institusional, komite audit, dan kepemilikan asing dapat digunakan untuk menguji apakah mekanisme pengawasan mampu memperkuat atau memperlemah hubungan perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Perusahaan berukuran besar dengan tata kelola yang kuat mungkin mempunyai kecenderungan *transfer*

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

pricing yang berbeda dibandingkan perusahaan dengan ukuran serupa tetapi memiliki pengawasan yang lebih lemah. Dengan memasukkan variabel moderasi berbasis teori agensi, penelitian selanjutnya dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana konflik kepentingan, asimetri informasi, serta mekanisme *monitoring* memengaruhi keputusan *transfer pricing*, dibandingkan hanya melihat hubungan langsung antarvariabel.

3.4.8. Implikasi bagi Manajemen, Investor, dan Otoritas Pajak

Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan terkait *transfer pricing*. Tidak berpengaruhnya perencanaan pajak terhadap *transfer pricing* menunjukkan bahwa pengelolaan kewajiban perpajakan tidak selalu dilakukan melalui transaksi dengan pihak berelasi. Oleh karena itu, manajemen perlu memastikan bahwa perencanaan pajak dilakukan sesuai dengan ketentuan perpajakan dan tidak hanya berorientasi pada pengurangan beban pajak. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* menunjukkan bahwa semakin besar skala perusahaan, semakin diperlukan sistem pengawasan dan pengendalian transaksi pihak berelasi yang memadai. Sementara itu, tidak berpengaruhnya mekanisme bonus menunjukkan bahwa pemberian insentif kepada manajemen sebaiknya tidak hanya didasarkan pada pencapaian laba, tetapi juga mempertimbangkan kepatuhan, kualitas kinerja, dan risiko keputusan yang diambil manajemen.

Manajemen juga perlu memperhatikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin kompleks kegiatan operasional dan transaksi yang dilakukan. Kompleksitas tersebut dapat meningkatkan jumlah transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa sehingga diperlukan dokumentasi dan prosedur pengawasan yang memadai. Manajemen perlu memastikan bahwa transaksi pihak berelasi dilakukan berdasarkan kebutuhan bisnis yang jelas dan menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*). Selain itu, sistem pemberian bonus perlu dirancang secara tepat agar tidak menciptakan insentif bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang hanya berorientasi pada peningkatan laba jangka pendek. Integrasi antara fungsi keuangan, perpajakan, akuntansi, dan pengawasan internal dapat membantu perusahaan mengurangi risiko dalam penerapan *transfer pricing*.

Bagi investor, temuan penelitian menunjukkan bahwa penilaian terhadap perusahaan perlu mempertimbangkan tidak hanya kemampuan perusahaan menghasilkan laba, tetapi juga kebijakan perpajakan, ukuran perusahaan, mekanisme bonus, dan transaksi dengan pihak berelasi. Investor dapat memperhatikan ukuran perusahaan dan kompleksitas transaksi sebagai salah satu indikator dalam menilai potensi risiko *transfer pricing*. Tidak berpengaruhnya perencanaan pajak dan mekanisme bonus menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak dapat digunakan secara langsung sebagai indikator utama dalam menilai kecenderungan *transfer pricing*. Oleh karena itu, investor perlu melihat informasi transaksi pihak berelasi, kebijakan perpajakan, struktur kepemilikan, serta pengungkapan kompensasi manajemen untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai risiko dan kualitas tata kelola perusahaan.

Bagi otoritas pajak, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan terhadap *transfer pricing* perlu memperhatikan karakteristik dan ukuran perusahaan serta transaksi dengan pihak berelasi. Pengaruh ukuran perusahaan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membangun profil risiko perusahaan karena perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki kegiatan usaha dan transaksi yang lebih kompleks. Namun, ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan satu-satunya dasar untuk menyimpulkan adanya praktik *transfer pricing* yang tidak wajar. Otoritas pajak perlu mengombinasikan informasi mengenai transaksi pihak berelasi, laporan keuangan, struktur kepemilikan, dan karakteristik kegiatan usaha untuk menentukan perusahaan yang memerlukan pengawasan lebih lanjut. Tidak berpengaruhnya perencanaan pajak dan mekanisme bonus juga menunjukkan bahwa pengawasan *transfer pricing* perlu dilakukan secara lebih komprehensif dan tidak hanya didasarkan pada dugaan adanya upaya penghematan pajak atau kepentingan manajemen dalam memperoleh bonus.

Bagi pembuat standar dan regulator pasar modal, hasil penelitian menunjukkan pentingnya peningkatan transparansi mengenai perencanaan pajak, ukuran perusahaan, mekanisme bonus, dan transaksi pihak berelasi. Pengungkapan yang lebih informatif mengenai transaksi dengan pihak berelasi dapat membantu investor dan pengguna laporan keuangan memahami alasan dan karakteristik transaksi yang dilakukan perusahaan. Selain itu, pengungkapan mengenai kebijakan kompensasi manajemen dan kebijakan perpajakan dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham. Transparansi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan serta membantu memastikan bahwa kebijakan *transfer pricing* dilakukan berdasarkan kepentingan bisnis yang wajar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.4.9. Keterbatasan Analisis dan Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, penelitian hanya menggunakan perusahaan sektor teknologi sebagai objek penelitian dengan periode pengamatan 2020–2024. Pemilihan sektor dan periode tersebut diperlukan agar karakteristik perusahaan yang diteliti lebih spesifik dan data yang digunakan dapat diperoleh secara lengkap. Namun, keterbatasan sektor dan periode pengamatan dapat mengurangi kemampuan hasil penelitian untuk digeneralisasi pada sektor industri lainnya. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan menggunakan sektor lain atau memperpanjang periode pengamatan sehingga variasi data dan karakteristik perusahaan yang diperoleh menjadi lebih beragam.

Kedua, perencanaan pajak dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Penggunaan ETR dapat menggambarkan beban pajak efektif perusahaan, tetapi tidak sepenuhnya mencerminkan seluruh strategi perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan. ETR dapat dipengaruhi oleh perbedaan temporer dan permanen, pengakuan pajak tangguhan, kompensasi kerugian, serta faktor akuntansi lainnya. Tidak berpengaruhnya perencanaan pajak terhadap *transfer pricing* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan pajak perusahaan tidak selalu dilakukan melalui transaksi pihak berelasi. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi tambahan seperti *Cash Effective Tax Rate* (CETR), *Book-Tax Difference* (BTD), atau menggunakan beberapa proksi perencanaan pajak untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Ketiga, ukuran perusahaan dalam penelitian ini digunakan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi *transfer pricing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa skala perusahaan dapat berkaitan dengan kompleksitas kegiatan operasional dan transaksi dengan pihak berelasi. Namun, ukuran perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset belum sepenuhnya menggambarkan kompleksitas perusahaan. Perusahaan dengan jumlah aset yang sama dapat memiliki struktur transaksi, tingkat aktivitas, dan karakteristik operasional yang berbeda. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan ukuran alternatif seperti total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah anak perusahaan, atau kompleksitas kegiatan usaha untuk memberikan pengukuran yang lebih luas.

Keempat, mekanisme bonus dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan insentif manajemen berdasarkan perubahan laba perusahaan. Tidak berpengaruhnya mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* menunjukkan bahwa dorongan memperoleh bonus tidak menjadi pertimbangan utama manajemen dalam menentukan kebijakan *transfer pricing*. Namun, mekanisme bonus dapat memiliki karakteristik yang berbeda pada setiap perusahaan, terutama dalam hal dasar pemberian bonus, besarnya kompensasi, dan indikator kinerja yang digunakan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengukuran mekanisme bonus yang berbeda atau mempertimbangkan kompensasi manajemen secara lebih luas, seperti bonus berdasarkan laba, kinerja saham, atau pencapaian target tertentu.

Kelima, penggunaan satu proksi *transfer pricing* juga membatasi cakupan interpretasi penelitian. RPT Ratio yang digunakan dalam penelitian menggambarkan proporsi transaksi dengan pihak berelasi, sehingga nilai yang lebih tinggi menunjukkan semakin besar keterlibatan perusahaan dalam transaksi dengan pihak berelasi. Namun, transaksi pihak berelasi tidak selalu menunjukkan adanya praktik *transfer pricing* yang tidak wajar karena transaksi tersebut dapat dilakukan untuk tujuan operasional dan kebutuhan bisnis yang sah. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi *transfer pricing* lainnya atau mengombinasikan beberapa pengukuran agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih kuat mengenai kebijakan *transfer pricing*.

Keenam, model penelitian hanya menggunakan perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus sebagai variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan perencanaan pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh. Kondisi tersebut menunjukkan masih terdapat faktor lain yang dapat menjelaskan kebijakan *transfer pricing*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti kepemilikan asing, tunneling incentive, profitabilitas, leverage, *multinationality*, *tax haven*, kualitas audit, kepemilikan institusional, dan tata kelola perusahaan. Model moderasi atau mediasi juga dapat digunakan untuk mengetahui kondisi tertentu yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Terakhir, interpretasi terhadap *transfer pricing* perlu dibedakan antara keberadaan transaksi pihak berelasi dan praktik *transfer pricing* yang tidak wajar. Penggunaan RPT Ratio dalam penelitian berbasis laporan keuangan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa perusahaan melakukan manipulasi harga atau pelanggaran perpajakan. Tingginya transaksi pihak berelasi dapat terjadi karena kebutuhan bisnis, struktur kelompok usaha, maupun hubungan operasional antarentitas. Oleh sebab itu, hasil penelitian perlu diinterpretasikan sebagai keterkaitan perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus dengan tingkat transaksi pihak berelasi sebagai proksi *transfer pricing*, bukan sebagai bukti adanya pelanggaran perpajakan.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dengan memperhatikan keterbatasan tersebut, penelitian tetap memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan faktor-faktor yang berkaitan dengan *transfer pricing* pada perusahaan sektor teknologi. Pengaruh ukuran perusahaan menunjukkan bahwa skala dan kompleksitas perusahaan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memahami kebijakan transaksi dengan pihak berelasi. Sementara itu, tidak berpengaruhnya perencanaan pajak dan mekanisme bonus menunjukkan bahwa efisiensi pajak dan insentif berbasis laba bukan merupakan faktor utama dalam menentukan *transfer pricing* pada sampel penelitian. Temuan tersebut dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menggunakan proksi, variabel, periode, dan karakteristik perusahaan yang lebih beragam.

3.4.10. Sintesis Pembahasan

Sintesis seluruh hasil menunjukkan bahwa *transfer pricing* pada perusahaan sektor teknologi lebih erat berkaitan dengan ukuran dan kompleksitas perusahaan dibandingkan dengan perencanaan pajak dan mekanisme bonus. Perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa pengelolaan kewajiban perpajakan tidak selalu dilakukan melalui transaksi dengan pihak berelasi. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa semakin besar skala perusahaan, semakin kompleks kegiatan operasional, struktur organisasi, dan transaksi yang dilakukan sehingga meningkatkan keterlibatan perusahaan dalam transaksi dengan pihak berelasi. Sementara itu, mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sehingga dorongan manajemen untuk memperoleh bonus berdasarkan pencapaian laba bukan merupakan faktor utama dalam menentukan kebijakan *transfer pricing*.

Temuan tersebut menegaskan bahwa hubungan antarvariabel perlu dibaca bersama karakteristik proksi *transfer pricing* yang digunakan dalam penelitian. RPT Ratio menggambarkan proporsi transaksi perusahaan dengan pihak berelasi, sehingga nilai yang lebih tinggi menunjukkan semakin besar keterlibatan perusahaan dalam transaksi dengan pihak berelasi dan semakin tinggi indikasi *transfer pricing*. Namun, tingginya transaksi pihak berelasi tidak secara langsung membuktikan adanya praktik *transfer pricing* yang tidak wajar karena transaksi tersebut dapat dilakukan berdasarkan kebutuhan operasional dan hubungan bisnis yang sah. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu diinterpretasikan secara konsisten dengan definisi operasional variabel dan karakteristik pengukurannya. Penggunaan proksi *transfer pricing* yang berbeda serta pengujian tambahan pada penelitian selanjutnya dapat meningkatkan ketahanan dan keandalan hasil penelitian.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat penerapan teori agensi dalam menjelaskan kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan sektor teknologi. Pengaruh ukuran perusahaan menunjukkan bahwa semakin kompleks struktur dan aktivitas perusahaan, semakin penting pengawasan terhadap keputusan manajemen dan transaksi dengan pihak berelasi untuk mengurangi asimetri informasi dan konflik kepentingan. Sementara itu, tidak berpengaruhnya perencanaan pajak dan mekanisme bonus menunjukkan bahwa kepentingan efisiensi pajak dan insentif berbasis laba tidak selalu mendorong manajemen menggunakan *transfer pricing* sebagai sarana untuk mencapai kepentingannya. Secara praktis, penelitian ini mendorong perusahaan untuk memperkuat pengawasan terhadap transaksi pihak berelasi, memastikan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*), serta meningkatkan transparansi kebijakan perpajakan dan kompensasi manajemen. Bagi investor dan otoritas pajak, hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk memperhatikan ukuran dan kompleksitas perusahaan dalam menilai risiko *transfer pricing*, tanpa menjadikan satu indikator sebagai dasar tunggal dalam pengambilan keputusan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan Common Effect Model (CEM) terhadap 60 observasi dari 12 perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024, mengindikasikan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing 0,0806 > 0,05, bahwa perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan sektor energi belum menjadi faktor pendorong praktik transfer pricing, yang menunjukkan bahwa strategi efisiensi pajak dan kebijakan transfer pricing masih berjalan secara terpisah dalam pengambilan keputusan manajemen. Sebaliknya, ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, yang menunjukkan bahwa semakin besar skala operasi dan kompleksitas transaksi suatu perusahaan, semakin besar pula peluang dan kapasitasnya untuk melakukan praktik transfer pricing. Sementara itu, mekanisme bonus tidak terbukti memengaruhi keputusan transfer pricing, mengindikasikan bahwa kompensasi manajemen bukan merupakan pertimbangan utama dibandingkan faktor risiko dan kepatuhan regulasi. Meskipun demikian, secara simultan ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Temuan ini mengimplikasikan perlunya penguatan pengawasan otoritas pajak terhadap perusahaan berskala besar di sektor energi yang berpotensi memiliki kompleksitas transaksi lintas entitas lebih tinggi; penelitian selanjutnya disarankan memperluas sampel ke sektor

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

lain dan menambahkan variabel tata kelola perusahaan atau kepemilikan asing untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Referensi

[1] F. N. Adhika and S. Wulandari, "Pengaruh beban pajak, mekanisme bonus, exchange rate, dan intangible asset terhadap keputusan transfer pricing," *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, vol. 7, no. 1, p. 246, 2023. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.900
[2] S. Artauli and C. Kuntadi, "Pengaruh manajemen pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap transfer pricing," *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 3, pp. 442–454, 2024.
[3] S. Azhari and S. P. Winingrum, "Pengaruh pajak, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing," *Jurnal Akun*, vol. 24, no. 2, pp. 1–8, 2024.
[4] A. P. Cahyani and R. M. Oktaviani, "Pengaruh pajak, intangible assets, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing," *Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank*, vol. 7, no. 1, pp. 123–132, 2023.
[5] D. Marliana, R. Prihatni, and I. M., "Pengaruh pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing," *Jurnal Profita*, vol. 3, no. 3, pp. 332–343, 2022.
[6] E. Agustin and H. Stiawan, "Pengaruh pajak, mekanisme bonus dan exchange rate terhadap keputusan untuk melakukan transfer pricing," *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 1, no. 1, pp. 39–46, 2022. https://doi.org/10.54259/akua.v1i1.254
[7] E. A. Husna and S. Wulandari, "Pengaruh tax planning, tunneling incentive and intangible asset on transfer pricing," *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, vol. 6, no. 3, pp. 246–256, 2022.
[8] Latersia, Yusnaini, and A., "Pengaruh profitabilitas, pajak, leverage dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing," vol. 7, no. 32, 2024.
[9] G. I. Naif, S. M. Dewi, and D. P. Faehi, "Beban pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor pertambangan (BEI 2018–2022)," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, vol. 3, no. 3, pp. 1346–1359, 2024.
[10] I. Nasriani, "Pengaruh perencanaan pajak dan tunneling incentive terhadap transfer pricing pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI)," *MARS: Jurnal Magister Research*, vol. 2, no. 2, pp. 10–18, 2023.
[11] E. Nurmalasari, "Pengaruh pajak, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2021)," vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2021.
[12] M. Pondrinal, Y. P. Sari, and D. A. Putri, "Company size, leverage, bonus mechanism and tax planning on transfer pricing with profitabilias as moderating variables," *Journal of Tax and Business*, vol. 4, no. 1, pp. 160–170, 2023. https://doi.org/10.55336/jpb.v4i1.93
[13] F. D. I. Purba, D. S. Abbas, and I. Hidayat, "Pengaruh ukuran perusahaan, mekanisme bonus dan kepemilikan asing terhadap transfer pricing," *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, vol. 1, no. 3, pp. 187–196, 2024. https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.17
[14] E. Rossa, E. Ananta, I. Arbatona, J. Christian, and K. Maharani, "Pengaruh perencanaan pajak dan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing," *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisipline*, vol. 1, no. 12, pp. 65–70, 2023.
[15] A. A. Sanusi, "Pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, exchange rate, dan kualitas audit terhadap keputusan transfer pricing," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 11, 2022.
[16] S. M. Sihotang, "Pengaruh laba bersih komersial, tax avoidance dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing pada sektor teknologi," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, vol. 2, no. 5, pp. 290–300, 2025.
[17] H. Stiawan, "Tax minimization, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 24–32, 2021. https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.125
[18] E. Sudarmanto, R. Anggraeni, T. Sugihyanto, F. Reza, and L. Amarita, "Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh perencanaan pajak, tunneling incentive, dan aset tidak berwujud terhadap transfer pricing," *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 1–14, 2025. https://doi.org/10.32502/balance.v10i1.393
[19] A. Sugeng, A. Afandi, and K. Khuluqi, "Pengaruh tax planning, mekanisme bonus dan kepemilikan asing terhadap transfer pricing perusahaan makanan dan minuman periode 2019–2021," *Inovasi*, vol. 10, no. 2, pp. 292–301, 2023. https://doi.org/10.32493/inovasi.v10i2.p292-301.36109
[20] M. T. Surjana, "Pengaruh pajak, kepemilikan asing dan mekanisme bonus terhadap penerapan transfer pricing," 2020.
[21] I. Wahyudi and F. Nur, "Pengaruh aset tidak berwujud, ukuran perusahaan, kepatuhan perpajakan, dan leverage terhadap transfer pricing," *Jurnal Akuntansi*, vol. 13, no. 2, pp. 388–401, 2021.
[22] E. M. Yolanda, "Pengaruh pajak, tunneling incentive, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2022)," *Jurnal Akuntansi*, vol. 3, no. 1, 2024.
[23] Y. F. Azzahra, D. S. Abbas, and D. Rahandri, "Pengaruh perencanaan pajak, multinationality dan intangible assets terhadap keputusan transfer pricing," *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, vol. 2, no. 1, pp. 39–51, 2023. https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.95
[24] S. Zahira and F. Ratnasari, "Pengaruh penghindaran pajak, debt covenant, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing," *Jurnal Akuntansi Barelang*, vol. 9, no. 2, pp. 128–138, 2025. https://doi.org/10.33884/jab.v9i2.9895

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13655
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)