



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 5637-5643

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh *Tunneling Incentive*, Beban Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Lusiana Indriani<sup>1</sup>, Lilis Karlina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

[lusiana29indri@gmail.com](mailto:lusiana29indri@gmail.com), [dosen02470@unpam.ac.id](mailto:dosen02470@unpam.ac.id)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tunneling incentive, beban pajak, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor basic material dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari website resmi BEI. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 103 perusahaan, dan teknik purposive sampling digunakan untuk memperoleh 20 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian selama lima tahun observasi. Setelah dilakukan pengujian dan pembersihan data, total observasi yang dianalisis sebanyak 100 data. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, regresi data panel, serta uji F dan uji t dengan bantuan software Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan tunneling incentive, beban pajak, dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing. Namun secara parsial, hanya variabel tunneling incentive yang berpengaruh terhadap transfer pricing, sedangkan beban pajak dan mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa kepentingan pribadi manajemen dapat mendorong praktik transfer pricing dalam perusahaan.*

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

### **1. Latar Belakang**

Globalisasi terus mengalami inovasi sebagai hasil dari kemajuan di era digital dengan perubahan besarnya. Perusahaan nasional mulai berubah menjadi perusahaan multinasional dengan mendirikan anak perusahaan dan cabang, sehingga operasinya tidak terpusat di satu negara tetapi di beberapa negara yang terlibat. Sebagian besar transaksi dan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional ini terjadi antara perusahaan yang berelasi atau perusahaan yang memiliki hubungan khusus. Misalnya, perusahaan nasional mulai berubah menjadi perusahaan multinasional dengan menjual barang, membeli bahan baku, menggunakan hak kekayaan intelektual, dan memberikan pinjaman. Transaksi seperti ini akan menyebabkan masalah bagi perusahaan, terutama dalam hal menentukan harga yang harus ditransfer.[1]

*Transfer pricing* merupakan suatu kebijakan harga transfer terhadap harga jual (barang, jasa, dan harta tidak berwujud) kepada anak perusahaan dan kepada pihak yang berelasi yang berlokasi di Indonesia ataupun di negara lain. Dalam perkembangannya zaman, fungsi *transfer pricing* telah berkembang, pada perusahaan *transfer pricing* digunakan untuk memanipulasi laba, supaya pembayaran pajak dapat seminimal mungkin. Hal ini menyebabkan kerugian negara akibat tidak disetornya perhitungan pajak atas penghasilan badan dari pendapatan yang ditransfer.[2] Menurut prinsip kewajaran (*arm's length principle/ALP*), harga-harga transfer seharusnya ditetapkan supaya dapat mencerminkan harga yang disepakati sebagaimana transaksi tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak terkait yang bertindak secara bebas.[3]

Teori agensi (keagenan) adalah konsep yang mendeskripsikan hubungan antara principal atau pemberi kontrak dan agen atau penerima kontrak[4] Teori keagenan merupakan suatu teori ekonomi yang melatarbelakangi adanya perbedaan konflik kepentingan dalam perusahaan atau organisasi. Teori keagenan memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat membuat kontrak (perjanjian) dengan tujuan untuk meminimalkan *cost* yang disebabkan karena alasan adanya informasi yang tidak sejalan dengan tujuan perusahaan dan kondisi ketidakpastian. [5] Dalam teori ini, yaitu berdasarkan asumsi sifat dasar manusia menjelaskan bahwa setiap individu akan lebih cenderung fokus atas kepentingan diri sendiri sehingga

akan timbulnya masalah-masalah keagenan dapat terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda.

Secara umum, *transfer pricing* dilakukan dengan menaikkan harga beli dan menurunkan harga jual antara perusahaan dalam kelompok atau rekanan, atau antar perusahaan yang memiliki hubungan khusus. Selanjutnya, laba yang diperoleh ditransfer ke rekanan perusahaan yang berlokasi di luar negeri dengan tarif pajak yang rendah[6] Selain motivasi pajak, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi *tunneling incentive*, adalah kegiatan pentransferan aset, pembagian keuntungan dan pemberian hak-hak istimewa yang langsung diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa memperhatikan hak-hak pemegang saham minoritas.. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas[4]. Hal yang menyebabkan timbulnya masalah keagenan ini yaitu lemahnya perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham minoritas. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah mekanisme bonus ketika pemberian bonus berdasarkan pada besarnya laba yang diperoleh dalam perusahaan, masuk akal apabila direksi berupaya memaksimalkan demi mendapatkan bonus.[7]

H<sub>1</sub> : Diduga *tunneling incentive*, beban pajak dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Transfer pricing* adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. *Transfer pricing* dipandang sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan yang diharapkan. Dengan menghindari regulasi kredit dengan melakukan transaksi *transfer pricing* adalah salah satu cara perusahaan mencari keuntungan yang tinggi.[8]

H<sub>2</sub> : Diduga *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Tunneling Incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas. Kemampuan mengendalikan aktivitas perusahaan timbul karena kepemilikan saham yang lebih mayoritas pada salah satu pihak pengendali serta memunculkan kegiatan *tunneling*. [9] Jika praktek *transfer pricing* dalam *tunneling* ini dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan anak, yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya.

H<sub>3</sub> : Diduga beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan teori keagenan, teori keagenan memberikan informasi yang dijalankan oleh para pemimpin bisnis sebagai prinsip bisnis untuk mengurangi asimetri informasi. Hal ini dilakukan agar pajak yang dibayarkan nantinya lebih rendah dan bahkan bisa dialihkan ke perusahaan lain di negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah.[10] Oleh sebab itu semakin tinggi beban pajak yang ditanggung perusahaan maka akan semakin memicu untuk melakukan praktik *transfer pricing* guna untuk meminimalisasi beban pajak yang nantinya akan di bayar.[11]

H<sub>4</sub> : Diduga mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Mekanisme bonus adalah imbalan yang diberikan secara langsung kepada karyawan disebabkan karena adanya keuntungan yang diperoleh perusahaan, dapat bersifat tetap dan variabel. Pemberian bonus ditentukan oleh pemimpin perusahaan yang terkadang disesuaikan dengan posisi jabatan, salah satu contoh yaitu bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi perusahaan.[9] Efek dari mekanisme bonus pada keputusan harga transfer. Berdasarkan teori keagenan, menjelaskan bahwa ada konflik kepentingan antara manajer dan pengusaha. Dalam konflik kepentingan ini, manajer cenderung lebih mementingkan tujuan individu daripada mengutamakan kepentingan pemilik usaha, dan pemilik usaha memiliki kepentingan untuk memperoleh keuntungan atau keuntungan terbesar, sedangkan manajer berambisi dalam mendapatkan insentif atas jasa yang diberikan.[12]

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari website resmi BEI. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 103 perusahaan, dan teknik purposive sampling digunakan untuk memperoleh 20 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian selama lima tahun observasi. Setelah dilakukan pengujian dan pembersihan data, total observasi yang dianalisis sebanyak 100 data. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, regresi data panel, serta uji F dan uji t dengan bantuan software Eviews 12.

### 2.1. Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan rasio nilai transaksi pihak berelasi karena *Transfer Pricing* dan transaksi yang memiliki hubungan istimewa pihak berelasi (*Related Party Transaction/RPT*) RPT diukur dengan:

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

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. *Tunneling incentive* ( $X_1$ ), *Beban Pajak* ( $X_2$ ), *Mekanisme Bonus* ( $X_3$ ) adalah variabel independen dalam penelitian ini.

*Tunneling Incentive* dalam penelitian ini diprosikan dengan kepemilikan saham asing yang memiliki persentase di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali. Hal ini terdapat dalam PSAK nomor 15 yang menyebutkan apabila perusahaan memiliki modal atau menyertakan modalnya sebesar 20% atau lebih maka pemegang saham memiliki pengaruh yang signifikan pada perusahaan[13]. Berikut rumus perhitungan *tunneling incentive* :

$$TUN = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Variabel pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan pengukuran rasio melalui *effective tax rate* (ETR). *Effective tax rate* (ETR) merupakan sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan.[14]

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

Mekanisme bonus dapat diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1 untuk mengetahui selisih laba bersih antar tahunnya.[15] Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) digunakan sebagai rumus dalam perhitungan mekanisme bonus, adapun perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut :

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

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1. Statistik Deskriptif

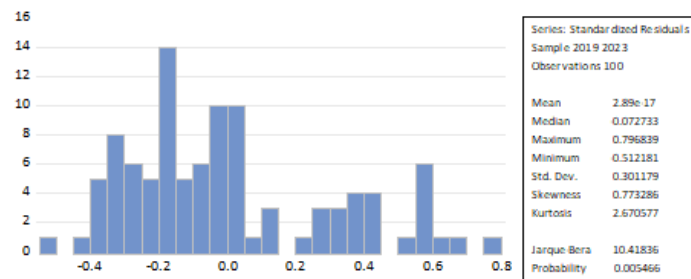
Sinopsis data dalam penelitian setiap variabel disediakan dalam deskripsi data. Rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi adalah ukuran yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel dependen *transfer pricing*, memiliki nilai minimum 0,001548 maksimum 1,000000, dengan standar deviasi 0,333364. Nilai rata-ratanya 0,309467.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	RPT	TUN	ETR	ITRENDLB
<i>Mean</i>	0.309467	0.536619	0.237957	1.427851
<i>Median</i>	0.189375	0.540726	0.223421	1.050784
<i>Maximum</i>	1.000000	0.817726	0.717842	17.48147
<i>Minimum</i>	0.001548	0.157071	0.014682	-0.011737
<i>Std. Dev.</i>	0.333364	0.149544	0.125915	1.906228
<i>Observations</i>	100	100	100	100

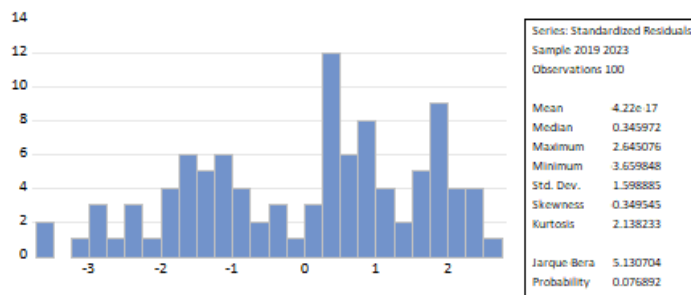
3.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Sebelum Log

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada Gambar 1, diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 10,41836 dengan nilai probabilitas sebesar 0.005466. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual tidak terdistribusi normal. Untuk memperoleh data yang terdistribusi normal, maka peneliti perlu melakukan data treatment dengan melakukan transformasi logaritma (Log) yang diterapkan pada variabel dependen yaitu *transfer pricing* dan variabel independen beban pajak untuk memperbaiki distribusi data yang tidak normal dan memenuhi asumsi klasik data penelitian.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Setelah Log

Pada gambar 2 grafik berdasarkan hasil uji normalitas tersebut menunjukkan bahwa nilai probability lebih besar dari pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan ( $0.076892 > 0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

	TUN	ETR	ITRENDLB
TUN	1.000000	-0.070812	-0.241914
ETR	-0.070812	1.000000	0.107946
ITRE..	-0.241914	-0.107946	1.000000

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel dependen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas (ili koefisien antaran variabel-veariabel dependen lebih kecil dari 0,90 seperti yang ditunjukkan pada tabel 2).

Uji Heterokedstisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastistitas

<i>Heteroskedasticity Test: (Glejser Test)</i>	
TUN	0.0934
ETR	0.6119
ITRENDLB	0.4432

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai probabilitas untuk variabel *tunneling incentive* (X1) sebesar 0,0934 variabel beban pajak (X2) sebesar 0,6119 dan variabel mekanisme bonus (X3) sebesar 0,4432. Ketiga nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model.

#### Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Mean dependent var	-0.55135
S.D. dependent var	0.865616
Sum squared resid	67.68169
Durbin-Watson stat	1.511679

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,511679. Dengan jumlah observasi sebanyak 100 ( $n=100$ ) dan 3 variabel independen ( $k=3$ ), maka uji dilakukan berdasarkan kriteria umum bahwa tidak terjadi autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson berada dalam rentang  $-2 < DW < +2$ . Karena  $-2 < 1,511679 < +2$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah autokorelasi, sehingga asumsi klasik terkait autokorelasi telah terpenuhi.

#### Uji Hipotesis

##### Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

F-statistic	3.072282	Sum squared resid	67.68169
Prob(F-statistic)	0.031408	Durbin-Watson stat	1.511679

Hasil uji statistik f yang ditampilkan dalam tabel 5 menunjukkan bahwa nilai f hitung adalah sebesar 3,072282 dengan tingkat probabilitas atau signifikansi sebesar 0,031408. Untuk mengetahui f tabel, digunakan jumlah sampel sebanyak 100 ( $n = 100$ ) dan jumlah variabel independen sebanyak 3 ( $k = 3$ ), sehingga derajat kebebasan untuk  $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$ . Dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan derajat kebebasan ( $df_1 = 3$ ;  $df_2 = 97$ ), diperoleh f tabel sebesar 2,698. Karena nilai f hitung lebih besar dari F tabel ( $3,072282 > 2,698$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,031408 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini ( $H_1$ ) diterima.

##### Uji T (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.060328	1.068355	-0.056468	0.9551
TUN	-4.854036	1.840732	-2.637014	0.0098
ETR	-0.241809	0.159428	-1.516730	0.1326
ITRENDLB	0.017907	0.049708	0.360250	0.7195

Berdasarkan tabel 7, nilai *probability tunneling incentive* sebesar  $0,0098 < \alpha 0,05$ . Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar  $2,637014 > t$  tabel 1,661. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Nilai *probability* pajak sebesar  $0,1326 < \alpha 0,05$ . Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar  $1,516730 > t$  tabel 1,661. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Mekanisme bonus tertera nilai *probability* sebesar  $0,7195 < \alpha 0,05$ . Pada tabel diatas juga, nilai *t-Statistic* sebesar  $0,360250 > t$  tabel 1,661. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Mekanisme Bonus juga tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Uji Koefisien Determinasi (*adjusted r*<sup>2</sup>)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R-squared</i>	0.087599
<i>Adjusted R-squared</i>	0.059086

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi Data Panel ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R-squared*. Nilai *Adjusted R-squared* adalah sebesar 0,059086 yang artinya variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan adalah sebesar 5,9% sedangkan sisanya sebesar 94,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

**Diskusi****H<sub>1</sub> Pengaruh *Tunneling Incentive*, Beban pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing***

Berdasarkan tabel uji pengaruh variabel secara simultan *Tunneling Incentive*, Beban Pajak dan Mekanisme Bonus secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hasil uji F menunjukkan Nilai Prob (F statistics) memperoleh nilai sig sebesar  $0,031408 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Temuan ini sejalan dengan teori Agensi, yang menjelaskan bahwa adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan dalam suatu perusahaan dapat menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal (pemilik) dan agen (manajer). Dalam situasi ini, manajer sebagai pihak yang menjalankan operasional perusahaan memiliki insentif tertentu yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan, termasuk dalam hal strategi perpajakan dan penyusunan laporan keuangan. *Transfer pricing* menjadi salah satu instrumen yang digunakan oleh manajer untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti memaksimalkan insentif pribadi, menurunkan beban pajak, atau mengalihkan laba ke entitas terafiliasi yang lebih menguntungkan. Ketika mekanisme insentif seperti bonus kinerja, struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, dan tekanan pajak hadir secara bersamaan, maka potensi praktik *transfer pricing* akan semakin tinggi. Oleh karena itu, hasil ini memperkuat bahwa keputusan *transfer pricing* tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor yang mencerminkan adanya konflik kepentingan sebagaimana dijelaskan dalam teori agensi.

**H<sub>2</sub> Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing***

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diketahui bahwa *probability tunneling incentive* sebesar  $0,0098 < 0,05$  yang berarti memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan saham pengendali (mayoritas), maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Temuan ini sejalan dengan teori agensi, yang menjelaskan bahwa konflik kepentingan tidak hanya terjadi antara manajer dan pemilik saham, tetapi juga dapat muncul antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Dalam konteks ini, pemegang saham mayoritas yang memiliki kontrol atas manajemen dapat menggunakan posisinya untuk mengalihkan laba atau kekayaan perusahaan ke entitas lain yang masih berada dalam kelompok usaha yang sama, tetapi menguntungkan secara pribadi. Salah satu caranya adalah melalui praktik *transfer pricing* yang memungkinkan laba dialihkan ke perusahaan afiliasi dengan tingkat kepemilikan yang lebih tinggi atau ke yurisdiksi pajak yang lebih ringan.

**H<sub>3</sub> Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing***

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Pada tabel nilai *probability* Pajak sebesar  $0,1326 < \alpha 0,05$  yang berarti beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Artinya, besar kecilnya beban pajak yang ditanggung perusahaan tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Temuan ini tidak sejalan dengan teori agensi, yang pada dasarnya berasumsi bahwa manajer sebagai agen memiliki kepentingan untuk meminimalkan beban pajak guna meningkatkan laba setelah pajak, yang pada akhirnya dapat memberikan keuntungan pribadi, seperti bonus atau penilaian kinerja yang baik. Selain itu, tidak semua jenis beban pajak berdampak langsung terhadap insentif manajerial. Beberapa perusahaan mungkin telah memiliki struktur pengelolaan pajak yang efektif, sehingga tidak perlu menggunakan *transfer pricing* sebagai alat penghindaran.

#### H4 Pengaruh Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian juga menunjukkan tabel tertera nilai *probability* mekanisme bonus sebesar  $0,7195 < \alpha 0,05$  yang artinya mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dengan kata lain, temuan ini tidak sejalan dengan teori agensi, yang menjelaskan bahwa manajer sebagai agen memiliki dorongan untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya, salah satunya dengan cara meningkatkan laba perusahaan guna memperoleh bonus atau insentif. Temuan ini memperlihatkan bahwa tidak semua insentif manajerial berdampak pada praktik manipulatif. Dalam konteks ini, manajer mungkin lebih mempertimbangkan reputasi dan keberlanjutan perusahaan dibandingkan pencapaian target jangka pendek melalui manipulasi harga transfer.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tunneling incentive*, beban pajak dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*, pada perusahaan sektor *basic material* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa temuan utama sebagai berikut :Berdasarkan hasil penelitian *tunneling incentive*, beban pajak dan mekanisme bonus secara bersama-sama mempengaruhi *transfer pricing*. Secara parsial hasil penelitian *tunneling incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap *transfer pricing*, beban pajak tidak mempengaruhi *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian ini penulis memberi saran bagi peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian tentang *transfer pricing* dengan menambahkan variabel - variabel yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* dan merubah sampel penelitian serta memperbaiki keterbatasan- keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini agar hasil yang diperoleh lebih mendalam dan komprehensif.

#### Referensi

- [1] G. Cahyani, M. R. Hafizi, and W. Wehdawati, "Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing," *J. Bus. Econ. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 47–56, 2023, doi: 10.47065/jbe.v4i1.2504.
- [2] F. Setyorini and I. Nurhayati, "Pengaruh Pajak ( ETR ), Tunneling Incentive ( TNC ), Mekanisme Bonus ( ITRENDBL ) Dan Firm Size ( Size ) Terhadap Keputusan Transfer Pricing," *JIMAT (Jurnal Ilm. Mhs. Akuntansi)*, vol. 13, pp. 233–242, 2022.
- [3] Merliana and E. S. Saodah, "Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018," 2019.
- [4] Y. R. Sitanullang, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2018-2021)," (*Universitas Medan Area*). <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/19725>, 2023.
- [5] S. Sakina and S. Sugiyanto, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing," *Media Akunt. Perpajak.*, vol. 8, no. 1, pp. 27–39, 2023, doi: 10.52447/map.v8i1.6869.
- [6] H. S. Mulyani, E. Prihartini, and D. Sudirno, "Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate," *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 20, no. 2, pp. 171–181, 2020, doi: 10.29040/jap.v20i2.756.
- [7] W. Anggraini, R. Herawati, D. Indriana Hapsari, and A. Nur Chasanah, "Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Sektor Basic Materials dan Industrials yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)," *J. Bus. Financ. Econ.*, vol. 4, no. 2, p. 2023, 2023, [Online]. Available: <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- [8] R. Wulandari, D. N. Anisa, W. Irawati, and A. Mubarak, "Transfer Pricing, Pajak, Mekanisme Bonus, Kontrak Hutang, Nilai Tukar dan Multinasionalitas," *J. Akunt. Berkelanjutan Indones.*, vol. 4, no. 3, pp. 325–341, 2021.
- [9] D. F. Rizanti and L. Karlina, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing," *Akad. J. Mhs. Humanis*, vol. 4, no. 2, pp. 499–512, 2024, doi: 10.37481/jmh.v4i2.856.
- [10] B. Artamivia Monica and W. Irawati, "Pengaruh Transfer Pricing Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur," *SAKUNTALA Pros. Sarj. Akunt. Tigas Akhir Secara Berk.*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2021, [Online]. Available: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SAKUNTALA>
- [11] D. Nafiati, A. Karina, and K. Digidowiseiso, "Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate Dan Perencanaan Pajak Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 6, pp. 8662–8671, 2023, [Online]. Available: <http://journal.yrppipku.com/index.php/msej>
- [12] A. Ensania, "Pengaruh mekanisme bonu, tunneling incentive, debt covenant dan ukuran perusahaan terhadap keputusan transfer pricing," 2023.
- [13] A. Putri and L. Amanah, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Bonus Plan Terhadap Transfer Pricing," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 12, no. 5, pp. 1–18, 2023, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5206>
- [14] H. I. Suwandi, "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)," *Glob. Account. J. Akuntans*, vol. 1, no. 2, pp. 188–201, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- [15] V. R. Lubis, N. A. Yunita, M. Murhaban, and A. Usman, "Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (Sektor Consumer Cyclical Period 2019-2021)," *J. Akunt. Malikussaleh*, vol. 2, no. 3, p. 351, 2024, doi: 10.29103/jam.v2i3.10939.