



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 7 Nomor 3, 2024
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/06/2024
 Reviewed : 01/07/2024
 Accepted : 01/07/2024
 Published : 09/07/2024

Eli Putri Anggriani¹
 Hasbiana Dalimunthe²

PENGARUH PAJAK DAN MEKANISME BONUS TERHADAP TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Transfer pricing sering digunakan sebagai strategi perusahaan untuk mengoptimalkan alokasi biaya dan pendapatan antar divisi atau anak perusahaan, serta untuk menghindari pajak dan memaksimalkan keuntungan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Populasi penelitian ini adalah 30 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, dengan teknik purposive sampling untuk memilih sampel yang relevan. Data kuantitatif diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang ada di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing. Temuan ini mendukung teori agensi yang menjelaskan bahwa manajemen perusahaan memiliki insentif untuk memanipulasi laporan keuangan guna mengoptimalkan bonus dan mengurangi beban pajak. Berdasarkan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda, penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan cenderung menggunakan transfer pricing sebagai strategi untuk menghindari pajak dan memaksimalkan bonus manajerial. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi regulator dan pembuat kebijakan dalam mengawasi dan mengatur praktik transfer pricing untuk memastikan keadilan dan kepatuhan perpajakan.

Kata kunci : Mekanisme Bonus , Transfer Pricing dan Pajak

Abstract

This study aims to analyze the impact of taxes and bonus mechanisms on transfer pricing practices in manufacturing companies in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2018-2022. Transfer pricing is often used as a corporate strategy to optimize the allocation of costs and revenues between divisions or subsidiaries, as well as to avoid taxes and maximize profits. This study employs a quantitative approach with multiple regression analysis to test the predetermined hypotheses. The population of this study consists of 30 manufacturing companies in the food and beverage subsector listed on the IDX, with purposive sampling techniques used to select relevant samples. Quantitative data were obtained from the annual financial reports of companies listed on the IDX. The results of the study indicate that taxes and bonus mechanisms have a positive and significant impact on transfer pricing. These findings support agency theory, which explains that corporate management has incentives to manipulate financial statements to optimize bonuses and reduce tax burdens. Based on descriptive statistical analysis, classical assumption tests, and multiple regression analysis, this study concludes that companies tend to use transfer pricing as a strategy to avoid taxes and maximize managerial bonuses. These findings have important implications for regulators and policymakers in supervising and regulating transfer pricing practices to ensure fairness and tax compliance.

Keywords: Bonus Mechanism, Transfer Pricing and Taxes

^{1,2)} Universitas Medan Area

email: elip2616@gmail.com, hasbianadalimunthe@staff.uma.ac.id

PENDAHULUAN

Menurut Nisa et al. (2022), transfer pricing adalah metode untuk mengalokasikan biaya dan pendapatan secara optimal antara divisi, anak perusahaan, dan ventura bersama dalam suatu kelompok entitas berelasi. Praktik ini sering terlibat dalam proses penyimpanan kekayaan, memungkinkan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak dan memfasilitasi keluarnya dana. Setyorini dan Nurhayati (2022) menjelaskan bahwa transfer pricing adalah kebijakan penetapan harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan dan pihak yang berelasi, baik yang berada di Indonesia maupun di luar negeri. Dalam konteks perusahaan manufaktur, transfer pricing sering digunakan sebagai strategi untuk menghindari pemungutan pajak. Seiring perkembangan zaman, fungsi transfer pricing dalam manajemen pajak menjadi salah satu strategi untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

Menurut Simanullang (2023), transfer pricing dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah pajak. Pajak merupakan iuran wajib kepada negara yang harus dibayar oleh individu atau organisasi, berdasarkan undang-undang, tanpa memerlukan imbalan langsung dan digunakan untuk keperluan negara. Dari sudut pandang pemerintah, kegiatan transfer pricing sangat mempengaruhi penerimaan pajak negara, karena perusahaan dapat memindahkan keuntungannya ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah.

Selain pajak, faktor lain yang mempengaruhi transfer pricing adalah mekanisme bonus. Sudarmanto et al. (2023) menjelaskan bahwa mekanisme bonus merupakan imbalan yang diberikan kepada karyawan. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memanipulasi laporan keuangan untuk memaksimalkan laba bersih. Hal ini bertujuan untuk menyeimbangkan perkiraan target bonus, di mana manajer menggunakan mekanisme akuntansi dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan melalui penerapan transfer pricing. Jika target laba perusahaan tercapai, pemilik perusahaan akan memberikan apresiasi kepada manajer dalam bentuk komisi atau bonus.

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022, dapat dilihat bagaimana transfer pricing, pajak, dan mekanisme bonus berpengaruh pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Sebagai contoh, PT. Organon Pharma Indonesia Tbk (SCPI) mengalami fluktuasi dalam nilai transfer pricing. Pada tahun 2018, nilai transfer pricing adalah 0,75, turun menjadi 0,69 pada tahun 2019, namun naik kembali menjadi 0,75 pada tahun 2020. Nilai ini kemudian menurun menjadi 0,25 pada tahun 2021 dan 0,12 pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya pola fluktuasi yang dapat mengindikasikan upaya perusahaan untuk menghindari pajak dengan mengalihkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Pajak yang dibayarkan oleh SCPI juga menunjukkan penurunan dari 0,38 pada tahun 2019 menjadi 0,24 pada tahun 2020, mengindikasikan kemungkinan adanya penghindaran pajak. Mekanisme bonus pada perusahaan ini juga berfluktuasi, dari 1,04 pada tahun 2018, turun menjadi 0,89 pada tahun 2019, dan kemudian naik signifikan menjadi 1,94 pada tahun 2020.

Fenomena serupa juga terjadi pada PT. Nippon Indosari Tbk (ROTI). Transfer pricing pada perusahaan ini meningkat dari 0,48 pada tahun 2020 menjadi 0,49 pada tahun 2021, menunjukkan adanya peluang penghindaran pajak. Pajak yang dibayarkan oleh ROTI juga tidak stabil, menurun dan naik selama periode 2020-2022. Mekanisme bonus pada perusahaan ini juga mengalami fluktuasi yang signifikan, dari 0,32 pada tahun 2018 menjadi 0,05 pada tahun 2020, dan kemudian meningkat menjadi 0,25 pada tahun 2021.

Data dari BEI ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa mengalami fluktuasi dalam nilai transfer pricing, pajak, dan mekanisme bonus. Fluktuasi ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya perusahaan untuk mengelola kewajiban pajak mereka dan memaksimalkan bonus bagi karyawan, melalui praktik transfer pricing. Transfer pricing digunakan sebagai alat untuk memindahkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga mengurangi total pajak yang dibayarkan. Selain itu, fluktuasi dalam mekanisme bonus menunjukkan bahwa perusahaan berusaha menyesuaikan laba mereka untuk memenuhi target bonus, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam hal transfer pricing.

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022, dapat dilihat bagaimana transfer pricing, pajak, dan mekanisme bonus berpengaruh pada perusahaan

makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Sebagai contoh, PT. Organon Pharma Indonesia Tbk (SCPI) mengalami fluktuasi dalam nilai transfer pricing. Pada tahun 2018, nilai transfer pricing adalah 0,75, turun menjadi 0,69 pada tahun 2019, namun naik kembali menjadi 0,75 pada tahun 2020. Nilai ini kemudian menurun menjadi 0,25 pada tahun 2021 dan 0,12 pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya pola fluktuasi yang dapat mengindikasikan upaya perusahaan untuk menghindari pajak dengan mengalihkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Pajak yang dibayarkan oleh SCPI juga menunjukkan penurunan dari 0,38 pada tahun 2019 menjadi 0,24 pada tahun 2020, mengindikasikan kemungkinan adanya penghindaran pajak. Mekanisme bonus pada perusahaan ini juga berfluktuasi, dari 1,04 pada tahun 2018, turun menjadi 0,89 pada tahun 2019, dan kemudian naik signifikan menjadi 1,94 pada tahun 2020.

Fenomena serupa juga terjadi pada PT. Nippon Indosari Tbk (ROTI). Transfer pricing pada perusahaan ini meningkat dari 0,48 pada tahun 2020 menjadi 0,49 pada tahun 2021, menunjukkan adanya peluang penghindaran pajak. Pajak yang dibayarkan oleh ROTI juga tidak stabil, menurun dan naik selama periode 2020-2022. Mekanisme bonus pada perusahaan ini juga mengalami fluktuasi yang signifikan, dari 0,32 pada tahun 2018 menjadi 0,05 pada tahun 2020, dan kemudian meningkat menjadi 0,25 pada tahun 2021.

Data dari BEI ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa mengalami fluktuasi dalam nilai transfer pricing, pajak, dan mekanisme bonus. Fluktuasi ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya perusahaan untuk mengelola kewajiban pajak mereka dan memaksimalkan bonus bagi karyawan melalui praktik transfer pricing. Transfer pricing digunakan sebagai alat untuk memindahkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga mengurangi total pajak yang dibayarkan. Selain itu, fluktuasi dalam mekanisme bonus menunjukkan bahwa perusahaan berusaha menyesuaikan laba mereka untuk memenuhi target bonus, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam hal transfer pricing.

Kajian relevan lainnya menunjukkan hal serupa. Kajian oleh Suandy (2016) mengungkapkan bahwa perusahaan sering menggunakan transfer pricing untuk memanfaatkan perbedaan tarif pajak antarnegara, yang membantu dalam mengurangi beban pajak secara keseluruhan. Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Halim dan Kusuma (2020) yang menemukan bahwa perusahaan multinasional cenderung memanipulasi harga transfer untuk mengalihkan laba ke yurisdiksi dengan pajak lebih rendah. Studi oleh Purwanto dan Agustina (2018) juga menyoroti bahwa mekanisme bonus dapat memotivasi manajer untuk menggunakan transfer pricing sebagai alat untuk meningkatkan laba bersih dan mencapai target bonus. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2019) menyatakan bahwa perusahaan dengan struktur kepemilikan yang kompleks lebih rentan terhadap praktik transfer pricing untuk menghindari pajak. Terakhir, penelitian oleh Sari dan Murtini (2021) mengemukakan bahwa adanya regulasi yang ketat dari pemerintah dapat mengurangi frekuensi penggunaan transfer pricing yang agresif oleh perusahaan, menunjukkan pentingnya pengawasan dan regulasi dalam menekan praktik ini.

Kajian-kajian tersebut memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana transfer pricing digunakan oleh perusahaan untuk mengelola beban pajak dan bonus, serta menyoroti pentingnya regulasi yang efektif untuk mengurangi praktik penghindaran pajak.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan populasi dan sampel untuk mengumpulkan dan menganalisis data statistik guna menguji hipotesis yang telah ditentukan. Populasi penelitian ini terdiri dari 30 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2018 dan 2022. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, mencantumkan piutang berelasi, mempublikasikan laporan keuangan tahunan, dan mengalami keuntungan selama periode 2018-2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berasal dari laporan keuangan perusahaan yang ada di BEI.

Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data penelitian seperti nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan standar deviasi. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan menggunakan software SPSS versi 25. Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak bias dan konsisten. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel uji statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	50	4.95	34.69	23.6994	5.94765
Mekanisme Bonus	50	52.00	233.00	119.9800	41.09347
Transfer Pricing	50	.00	141.00	47.8200	31.40888
Valid N (listwise)	50				

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan hasil data statistik deskriptif diatas dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Untuk variabel Y yaitu transfer pricing memiliki nilai maximum sebesar 141,00 dan nilai minimum sebesar 0,00. Nilai mean yang didapat sebesar 47,8200 dengan nilai standart deviasi sebesar 31,40888.
2. Untuk variabel X1 yaitu pajak memiliki nilai maximum sebesar 34,69 dan nilai minimum 4,95. Nilai mean yang didapat sebesar 23,6994 dengan nilai standart deviasi sebesar 5,94765.
3. Untuk variabel X2 yaitu mekanisme bonus memiliki nilai maximum sebesar 233,00 dan nilai minimum sebesar 52,00. Nilai mean yang didapat sebesar 119,9800 dengan nilai standart deviasi sebesar 41,09347.

Uji Asumsi klasik

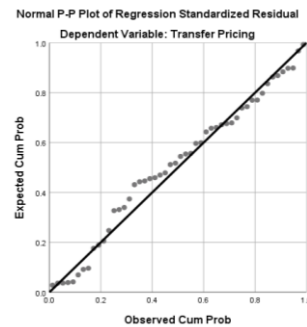
Uji Normalitas Data dengan K – S

Tabel Uji Normalitas data dengan K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Pajak	Mekanisme bonus	Transfer Pricing
N		50	50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23.7000	119.9800	47.8200
	Std. Deviation	5.15178	41.09347	31.40888
Most Extreme Differences	Absolute	.121	.114	.122
	Positive	.120	.114	.106
	Negative	-.121	-.074	-.122
Test Statistic		.121	.114	.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066 ^c	.103 ^c	.059 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan hasil uji kolmogorov-smirnov yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,059 > 0,05$. Menurut Sugiyono, (2019) jika nilai signifikansi normalitas melalui uji kolmogorov-smirnov $> 0,05$ maka bisa disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan sebaliknya.



Gambar 1. Hasil pengujian Normalitas data Normal P-Plot

Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan bahwa probabilitas plot memiliki pola yang berdistribusi normal karena data berada disekitar garis diagonal atau mengikuti garis diagonal tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi nilai residual normalitas.

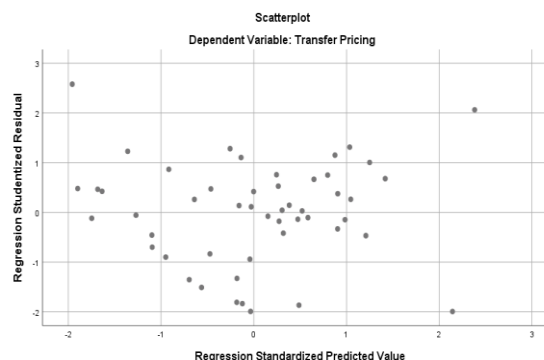
Uji Multikolinearitas

Tabel Uji Multikolinearitas

<u>Coefficients^a</u>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pajak	.997	1.003
	<u>Mekaisme Bonus</u>	.997	1.003
a. Dependent Variable: Transfer Pricing			

Berdasarkan data hasil uji multikolinearitas diatas dapat disimpulkan bahwasannya masing-masing nilai VIF tidak < 10 yaitu pajak dan mekanisme bonus sebesar 1,003. Nilai tolerance > 0,10 yaitu pajak dan mekanisme bonus sebesar 0,997, maka dapat dikatakan tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel pada model regresi pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Melalui grafik scatterplot diatas maka dapat terlihat suatu model regresi mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Dari gambar tersebut terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulskn bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Tabel Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.408	.382	24.68532	1.919
a. Predictors: (Constant), Pajak, Mekanisme bonus					
b. Dependent Variable: Transfer Pricing					

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1,919. Nilai yang akan diuji berdasarkan ketentuan ada tidaknya gejala autokorelasi yaitu nilai Durbin-Watson (D-W) ada pada batas du (atas) dan 4-du (du < D-W < 4-du), maka model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 5% dengan jumlah (n sampel 50 = 50) dan jumlah variabel indenpenden sebanyak 2 (k = 2), maka dari tabel data statistik Durbin-watson diperoleh nilai batas bawah (dl) sebesar 1,4625 dan nilai batas atas (du) sebesar 1,6283. Nilai D-W 1,919 berada diantara du (1,6283) dan 4-du (2,3717) atau 1,6283 < 1,919 < 2,3717. Maka bisa dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam data ini tidak mengalami gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	87.243	17.358		5.026	.000		
	Mekanisme bonus	.256	.086	.336	2.984	.004	.997	1.003
	Pajak	2.962	.594	.561	4.989	.000	.997	1.003
a. Dependent Variable: Transfer Pricing								

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Dari data yang diperoleh pada tabel 4.6 diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$\text{Transfer Pricing} = 87,243 + 2,962X_1 + 0,256X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 87,243 menyatakan bahwa jika pajak, mekanisme bonus, dianggap nilainya 0, maka transfer pricing adalah sebesar 87,243.
2. Nilai koefisien regresi pajak (X_1) diperoleh sebesar 2,962 yang menunjukkan hubungan searah positif. Hal ini menyatakan jika variabel pajak naik sebesar 1% maka variabel transfer pricing (Y) meningkat sebesar 2,962.
3. Nilai koefisien regresi mekanisme bonus (X_2) diperoleh sebesar 0,256 yang menunjukkan hubungan searah positif. Hal ini menyatakan jika variabel mekanisme bonus naik sebesar 1% maka variabel transfer pricing (Y) meningkat sebesar 0,256.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis secara parsial (uji t)

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$, dengan nilai t untuk $n = 50$, ialah : $n - k - 1$, dimana k (variabel indenpenden), sehingga $n - k - 1 = 50 - 2 - 1 = 47$ adalah 1,67793 (t

tabel) positif. Dalam uji t, α (alpha) 0,05, pada variabel indenpenden tersebut setelah diuji terlihat bahwa :

1. Nilai t hitung pajak dapat diketahui t hitung sebesar 4,989 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,67793 sehingga t hitung > t tabel ($4,989 > 1,67793$). Nilai signifikan pajak $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Berdasarkan hasil uji dan hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan H_1 diterima.
2. Nilai t hitung mekanisme bonus dapat diketahui t hitung sebesar 2,984 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,67793 sehingga t hitung > t tabel ($2,984 > 1,67793$), nilai signifikan mekanisme bonus $0,004 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Berdasarkan hasil uji dan hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima.

Uji Hipotesis secara simultan (uji F)

Tabel Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19699.219	2	9849.610	16.164	.000 ^b
	Residual	28640.161	47	609.365		
	Total	48339.380	49			
a. Dependent Variable: Transfer Pricing						
b. Predictors: (Constant), Pajak, Mekanisme bonus						

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan hasil uji F diatas dapat dinilai F hitung sebesar $16,164 > F$ tabel 2,79 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, berdasarkan hasil tersebut, maka sesuai dengan kaidah pengambilan keputusan dan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh secara bersama (simultan) secara positif dan signifikansi terhadap transfer pricing.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.408	.382	24.68532	1.919
a. Predictors: (Constant), Pajak, Mekanisme bonus					
b. Dependent Variable: Transfer Pricing					

Sumber : Data diolah SPSS 25.0 (2024)

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh kesimpulan nilai Adjusted R square sebesar 0,382 yang artinya bahwa pajak dan mekanisme bonus dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap transfer pricing sebesar 38,2% sedangkan 61,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini yaitu leverage, profitabilitas, exchange rate dan tunneling incentive.

Pembahasan

Pengaruh Pajak terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai t hitung (4,989) lebih besar dari t tabel (1,67793), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima, artinya pajak berdampak positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman. Semakin tinggi laba perusahaan, semakin besar pula tarif pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, perusahaan cenderung meningkatkan praktik transfer pricing untuk menurunkan tarif pajak dan mengoptimalkan laba. Temuan ini mendukung penelitian Simanullang (2023), yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing.

Teori agensi menjelaskan bagaimana konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham dapat memicu praktik transfer pricing. Konflik ini sering timbul karena asimetri informasi, di mana manajer cenderung memprioritaskan tujuan pribadi di atas kepentingan perusahaan. Manajer, dengan wewenang yang diberikan oleh pemegang saham, memiliki kesempatan untuk melakukan transaksi hubungan istimewa untuk mengelola pajak atau menghindari pajak tinggi, sehingga laba perusahaan dapat dioptimalkan (Saraswati & Sujana, 2017). Peraturan Dirjen Pajak (PER-32/PJ/2011) Pasal 1 ayat 8 menjelaskan bahwa transfer pricing adalah proses penentuan harga transfer antarpihak yang memiliki hubungan istimewa. Manipulasi harga transfer sering digunakan untuk menghindari pajak dengan cara meminimalkan total beban pajak terutang perusahaan melalui transaksi antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Rahayu, 2020).

Penelitian Sari dan Budiman (2018) juga menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap praktik transfer pricing dalam perusahaan manufaktur, memperkuat temuan bahwa perusahaan menggunakan transfer pricing sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung (2,984) lebih besar dari t tabel (1,67793), dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis H_2 diterima, artinya mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman. Peningkatan mekanisme bonus mendorong peningkatan praktik transfer pricing, karena direksi cenderung meningkatkan laba pada tahun berjalan untuk memenuhi target yang ditetapkan dan mendapatkan bonus yang lebih besar. Penelitian ini mendukung hasil penelitian Istiqomah dan Fanani (2022) yang menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing.

Dalam konteks teori keagenan, perusahaan berupaya mengoptimalkan keuntungan dengan menggunakan metode transfer pricing. Direksi dan manajer memiliki insentif untuk memaksimalkan laba perusahaan melalui transfer pricing, terutama untuk meningkatkan kinerja yang diharapkan oleh pemegang saham dan mendapatkan bonus yang lebih tinggi. Mekanisme bonus memotivasi manajemen untuk mengambil tindakan yang dapat meningkatkan laba jangka pendek, termasuk praktik transfer pricing yang agresif.

Penelitian Sihombing dan Nurmawati (2019) juga menunjukkan bahwa mekanisme bonus dan kebijakan pajak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, serta menyoroti pentingnya pengawasan dalam mengurangi praktik tersebut.

Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 16,164 lebih besar dari F tabel (2,79) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan transfer pricing untuk mengoptimalkan struktur pajak mereka, dengan memanfaatkan mekanisme bonus untuk mendorong manajemen melakukan transfer pricing agar laba perusahaan lebih optimal.

Menurut teori agensi, agen memiliki insentif untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan menggunakan strategi transfer pricing, terutama untuk mengurangi beban pajak dan meningkatkan kinerja perusahaan. Mekanisme bonus berfungsi sebagai insentif tambahan bagi manajer untuk mencapai tujuan ini. Simanullang (2023) juga menyatakan bahwa peningkatan mekanisme bonus cenderung meningkatkan praktik transfer pricing yang agresif.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Simanullang (2023), yang menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing.

Penelitian Wijaya dan Rahmawati (2020) menemukan bahwa perusahaan multinasional cenderung menggunakan transfer pricing sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak dan meningkatkan bonus manajer. Temuan ini mendukung bahwa kebijakan pajak dan mekanisme bonus berperan penting dalam keputusan transfer pricing. Kusuma dan Rini (2021) juga mendukung teori agensi dengan menunjukkan bahwa pajak dan bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Lestari dan Supriyanto (2022) menemukan bahwa pajak dan mekanisme bonus merupakan determinan penting dalam praktik transfer pricing, sementara ukuran perusahaan juga mempengaruhi keputusan tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Mekanisme bonus juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan yang sama. Selain itu, pajak dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti memberikan beberapa saran. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk mengambil keputusan dengan menganalisis kemampuan perusahaan dalam melaporkan laporan keuangan secara tepat waktu menggunakan variabel independen seperti pajak dan mekanisme bonus. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah sampel maupun variabel penelitian guna memperluas wilayah sampel penelitian dan melakukan penelitian lebih lanjut sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk ruang lingkup yang lebih luas. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai alat bantu dalam melakukan analisis dan tambahan informasi dalam pengambilan keputusan investasi pada suatu perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ghozali. (2020). Aplikasi Multivariate Dengan SBM SPSS 25.
- Istiqomah, & Fanani, B. (2022). Pengaruh Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, Dan Debt Covenant Terhadap Transaksi Transfer Pricing. 10 Februari, 12(1), 56–66. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220210134313-532-757509/masih-satu-digit-rasio-perpajakan-ri-911-persen-pada-2021/amp>
- Nisa, Z., Wahidahwati, & Bambang, S. (2022). The Effect Of Tax And Leverage On Transfer Pricing Decisions With Institutional Ownership As Moderating. Budapest International Research and Critics Institute-Journal, 5, 9717–9724.
- Rahayu, A. (2016). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia). 0, 1–23.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 19(2), 1000–1029.
- Setyorini, F., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Pajak (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Mekanisme Bonus (ITRENDLB) Dan Firm Size (Size) Terhadap Keputusan Transfer Pricing. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi), 13, 233–242.
- Simanullang, Y. R. (2023). 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>.
- Sudarmanto, E., Triana, Z., & Putri, R. L. (2023). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI tahun 2017-2021.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R & D dan Penelitian Pendidikan). PT. Alfabeta.