

PENGARUH PAJAK,MEKANISME BONUS,TUNNELING INCENTIVE,DAN DEBT COVENANT TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2018-2022

Adrinal Gustia Ardi¹, Dwi Fitri Puspa²

Jurusan Akuntansi², Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, Kampus Proklamator 2, Jalan Bagindo Aziz Chan, By Pass, Aie Pacah, Kec. Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat
E-mail : adrinaljunior@gmail.com¹, dwifp@yahoo.co.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari pajak, mekanisme bonus, *tunnelling incentive*, dan *debt covenant* terhadap transfer pricing. Metode pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder, diantaranya adalah laporan keuangan dan laporan tahunan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industry, sektor consumer non cyclical, sektor consumer cyclical, sektor basic materials, dan sektor healthcare yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tahun 2018 hingga tahun 2022. Data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah 37 perusahaan manufaktur Sektor Industry, Sektor Consumer Non Cyclical, Sektor Consumer Cyclical, Sektor Basic Materials, dan sektor healthcare dengan total sampel sebanyak 185 sampel. Analisis data dilakukan dengan *EViews10*. Hasil penelitian memperlihatkan pajak berpengaruh positif terhadap transfer pricing, sementara itu mekanisme bonus, tunneling incentive dan debt covenant tidak berpengaruh terhadap transfer pricing

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

PENDAHULUAN

Transfer pricing adalah metode yang digunakan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Namun, sering kali metode ini dipakai untuk memindahkan keuntungan dari satu negara ke negara lain, misalnya dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan pajak lebih rendah. Hal ini memungkinkan grup perusahaan untuk mendapatkan keuntungan total yang lebih besar dibandingkan jika keuntungan tersebut diakui di setiap negara tempat perusahaan beroperasi (Choi, Frederick D.S., 2011). Selain itu, *transfer pricing* juga bisa digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke pemegang saham pengendali (dikenal sebagai tunneling), sehingga meningkatkan kekayaan pemegang saham pengendali dan merugikan pemegang saham minoritas yang kehilangan bagian dari keuntungan perusahaan (Kurniawan, S. M., Sutjiatmo, P. B., & Wikansari, 2018)

Dari perspektif pemerintah, transfer pricing dapat mengakibatkan penurunan atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara, karena perusahaan multinasional sering kali mengalihkan kewajiban pajaknya dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak lebih

rendah. Sementara itu, dari sisi bisnis, perusahaan biasanya berusaha untuk mengurangi biaya, termasuk dengan meminimalkan pembayaran pajak mereka [3]

Di Indonesia, kasus *transfer pricing* paling baru akhir-akhir ini terjadi pada PT. Adaro dengan anak perusahaannya Coaltrade Services Internasional Pte, Ltd yang berlokasi di Singapura. PT Adaro Indonesia (PT Adaro Energy Tbk.) merupakan perusahaan batu bara terbesar nomor dua di Indonesia yang memiliki produk andalan batu bara berkalori rendah dan ramah lingkungan yang dikenal dengan Enviro Coal.

Ini bukanlah kali pertama PT. Adaro diisukan melakukan *transfer pricing*. Sebelumnya di 2009 isu ini sempat menarik perhatian publik, namun ternyata tuduhan tersebut tidak terbukti dan kembali muncul di 2019. Berdasarkan laporan internasional dari Global Witness yang dirilis pada Kamis, 4 Juli 2019, PT. Adaro diindikasikan mengalihkan pendapatan dan labanya ke anak perusahaannya Coaltrade Service Internasional yang berada di Singapura, melalui *transfer pricing*.

Prosedur yang dilakukan PT. Adaro terbagi dua, yang pertama batu bara yang ditambang di Indonesia, dijual oleh PT. Adaro dengan harga yang lebih rendah

kepada Coaltrade, kemudian dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi. Kedua, bonus berjumlah US\$ 55 juta yang diberikan oleh pihak ketiga dan anak perusahaan Adaro lainnya dibukukan oleh Coaltrade. (sumber: <https://www.tribunsumbar.com>)

Hal ini bisa terjadi karena perusahaan multinasional menerapkan praktik transfer pricing untuk mengurangi jumlah pajak yang harus mereka bayar. Meskipun prosesnya tidak selalu mudah, mereka dapat memindahkan keuntungan mereka ke luar negeri dengan tarif pajak yang jauh lebih rendah dengan memanfaatkan celah dalam peraturan yang ada. *Transfer pricing* diterapkan karena berhubungan langsung dengan pajak yang berbeda-beda di setiap negara. Perusahaan menetapkan harga transfer dengan tujuan untuk memaksimalkan laba, yaitu dengan mengurangi beban pajak di negara dengan tarif tinggi dan memindahkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Selain itu, *transfer pricing* juga mempengaruhi sistem pemberian bonus dalam perusahaan. Untuk mencapai target laba yang tinggi, manajer perusahaan sering menggunakan kebijakan *transfer pricing* sebagai salah satu strategi mereka. Tindakan tersebut diambil oleh manajer perusahaan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar berkat kebijakan *transfer pricing*. Hasil penelitian terdahulu tentang pajak yang dilakukan oleh Refgia (2017), Pramana (2014), dan Cahyadi & Noviyari (2018) menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Aurinda (2018) menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut Caranya melakukan penggesaran pajak yang seharusnya merupakan tanggungan perusahaan, tapi karena negaranya bertarif pajak tinggi, maka dilakukan penjualan ke perusahaan negara lain yang bertarif pajak rendah.

Mekanisme bonus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, penelitian yang dilakukan di oleh Mispiyanti (2015) dan Refgia (2017) Sementara itu, Hartati et al., (2015) menyatakan *mekanisme bonus* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) & Cahyadi & Noviyari (2018). Sementara itu, Refgia (2017) dan Amanah & Suyono

(2020) menyatakan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Debt covenant berpengaruh terhadap *transfer pricing*, penelitian yang dilakukan oleh Hartika & Rahman (2020) dan Rosa (2017). Sementara itu, Amanah & Suyono (2020), menyatakan bahwa *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Gunti Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana (2017), terletak pada populasi penelitian, fenomena yang diangkat, peneliti juga menambah sektor perusahaan yang lebih spesifik dalam penelitian ini dan penambahan variabel.

METODE

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industry, sektor consumer non cyclicals, sektor consumer cyclicals, sektor basic materials, dan sektor healthcare di Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, di mana sampel yang dipilih memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Seluruh Perusahaan manufaktur Sektor Industry, Sektor Consumer Non Cyclicals, Sektor Consumer Cyclicals, Sektor Basic Materials, dan sektor healthcare yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2022.
2. Seluruh perusahaan manufaktur s Sektor Industry, Sektor Consumer Non Cyclicals, Sektor Consumer Cyclicals, Sektor Basic Materials, dan sektor healthcare menerbitkan data laporan keuangan (annual report) per 31 Desember periode 2018-2022 secara berturut-turut.
3. Seluruh Perusahaan manufaktur Sektor Industry, Sektor Consumer Non Cyclicals, Sektor Consumer Cyclicals, Sektor Basic Materials, dan sektor healthcare tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan.
4. Seluruh Perusahaan manufaktur Sektor Industry, Sektor Consumer Non Cyclicals, Sektor Consumer Cyclicals, Sektor Basic Materials, dan sektor healthcare yang memiliki kepemilikan saham minimal 20%.

Dari kriteria pemilihan sampel, diperoleh 37 perusahaan sebagai sampel penelitian. Analisis data menggunakan aplikasi *Eviews10*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Variable	Coefficient	Prob.	Kesimpulan
C	0.979462	0.0000	
Pajak	0.308982	0.0017	H1 Diterima
Mekanisme Bonus	0.006044	0.5862	H2 Ditolak
Tunneling Incentive	-0.273145	0.1962	H3 Ditolak
Debt covenant	0.015922	0.3106	H4 Ditolak

Hipotesis (H1) pertama menyatakan adanya pengaruh pajak terhadap transfer pricing. Berdasarkan hasil nilai t-statistik menunjukkan bahwa hasil *probability* $0,0017 < \alpha 0,05$ dan nilai koefisiennya sebesar 0.30898 diartikan bahwa jika variabel X1 (Pajak) meningkat maka Variabel Y (*transfer pricing*) juga ikut meningkat sebesar 0.30898, begitu pula sebaliknya, maka keputusannya adalah variabel pajak diketahui berpengaruh positif (+) terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan semakin rendah nilai Effective Tax Rate maka dianggap semakin baik nilai Effective Tax Rate disuatu perusahaan. Nilai baik disini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan perencanaan pajak. Dimana salah satu cara untuk melakukan perencanaan pajak tersebut yaitu dengan cara transfer pricing. Praktik transfer pricing sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

Hipotesis kedua (H2) menyatakan adanya pengaruh mekanisme bonus terhadap transfer pricing. Berdasarkan hasil nilai t-statistik menunjukkan bahwa hasil *probability* $0.5862 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisiennya sebesar 0.0060 diartikan bahwa jika variabel X2 (mekanisme Bonus) meningkat maka Variabel Y (*transfer pricing*) juga ikut meningkat sebesar 0.0060, begitu pula sebaliknya dengan demikian hipotesis kedua ditolak. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Tinggi rendahnya mekanisme bonus tidak mempengaruhi

perusahaan melakukan transfer pricing. Keadaan ini dikarenakan perusahaan sudah stabil dalam perolehan labanya, sehingga stabil dalam pemberian bonus terhadap direksi dan kurangnya niat dalam melakukan transfer pricing.

Pada hipotesis ketiga (H3) dengan menggunakan variabel tunneling incentive menyatakan adanya pengaruh terhadap transfer pricing. Berdasarkan hasil nilai t-statistik menunjukkan bahwa hasil *probability* $0.1962 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisiennya sebesar - 0.2731 diartikan bahwa jika variabel X3 (Tunneling incentive) meningkat maka Variabel Y (*transfer pricing*) juga ikut meningkat sebesar - 0.2731, begitu pula sebaliknya dengan demikian hipotesis tiga ditolak. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemegang saham asing tidak menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan transfer pricing atau bisa juga diartikan bahwa ada atau tidaknya pemegang saham asing, perusahaan akan tetap melakukan transfer pricing. Perilaku manajemen atau pemilik saham mayoritas untuk mentransfer asset dan profit perusahaan untuk kepentingan sendiri tidak membuktikan hal tersebut berkaitan pula dengan dugaan perusahaan melakukan praktik transfer pricing. Pada hipotesis keempat (H4) dengan menggunakan variabel Debt Covenant menyatakan adanya pengaruh terhadap transfer pricing. Berdasarkan hasil nilai t-statistik menunjukkan bahwa hasil *probability* $0.3106 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisiennya sebesar 0.0159 diartikan bahwa jika variabel X4 (Debt Covenant) meningkat maka Variabel Y (*transfer pricing*) juga ikut meningkat sebesar 0.0159, begitu pula sebaliknya dengan demikian hipotesis keempat ditolak. Hal ini berarti bahwa debt covenant tidak berpengaruh terhadap transfer pricing, apabila debt covenant sebagai perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan- tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur. Debt covenant yang mengindikasi manajemen cenderung menyatakan laba dan asset untuk mengurangi biaya kontrak utang dibantah oleh dugaan Perusahaan di penelitian ini. Melakukan praktik transfer pricing tidak berkaitan dengan keputusan manajemen menyatakan laba dan aset secara berlebihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data perusahaan manufaktur sektor industry, sektor consumer non cyclical, sektor consumer cyclical, sektor basic materials, dan sektor healthcare sebanyak 37 perusahaan. Dari empat variabel yang diuji, pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sementara *mekanisme bonus*, *tunneling incentive*, dan *debt covenant* tidak memiliki pengaruh.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas ruang lingkup penelitian ke sektor selain perusahaan manufaktur sektor industry, sektor consumer non cyclical, sektor consumer cyclical, sektor basic materials, dan sektor healthcare, serta memperpanjang periode pengamatan menjadi lebih dari 5 tahun, disarankan untuk menambah atau mengganti variabel dengan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Choi, Frederick D.S., *International Accounting*, Internatio. New York, 2011.
- [2] R. Kurniawan, S. M., Sutjiatmo, P. B., & Wikansari, "Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Tindakan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)," *Semin. Nas. Pakar ke 1*, vol. 15, no. 1, p. hal. 235-240, 2018.
- [3] D. Fitri, N. Hidayat, and T. Arsono, "The Effect of Tax Management, Bonus Mechanism and Foreign Ownership on Transfer Pricing Decision," *Riset*, vol. 1, no. 1, pp. 036–048, 2019, doi: 10.35212/277624.
- [4] T. Refgia, "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing," *JOM Fekon*, vol. 4, no. 1, pp. 543–555, 2017.
- [5] A. H. Pramana, "Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive dan Debt Covnant Terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing," *Skripsi Jur. Akunt. Fak. Ekon. dan Bisnis Univ. Diponegoro*, p. Hal 1-40, 2014.
- [6] A. S. Cahyadi and N. Noviari, "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing," *E-Jurnal Akunt.*, vol. 24, no. 2, pp. 1441–1473, 2018.
- [7] N. U. Aurinda, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan transfer Pricing," *Curr. Neurol. Neurosci. Rep.*, vol. 1, no. 1, pp. iii–vii, 2018, [Online].
- [8] Mispiyanti, "Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing," *Pengaruh Pajak, Tunneling Incent. dan Mek. Bonus Terhadap Keputusan Transf. Pricing*, vol. 16, no. 1, pp. 62–73, 2015.
- [9] W. Hartati, Desmiyawati, and Julita, "Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia," *J. SNA*, pp. 1–18, 2015, [Online]. Available: www.Ortax.org.
- [10] K. Amanah and N. A. Suyono, "Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi," *J. Econ. Bus. Eng.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–13, 2020, doi: 10.32500/jebe.v2i1.1452.
- [11] W. Hartika and F. Rahman, "Pengaruh Beban Pajak dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017," *J. Ris. Akunt. dan Keuang.*, vol. 8, no. 3, pp. 551–558, 2020, [Online]. Available: www.kemenkeu.go.id.
- [12] R. . A. rita . rahar. kharis Rosa, "Pengaruh Pajak, Tunneling Insentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Transaksi Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2015)," 2017.
- [13] G. A. R. S. Saraswati and I. K. Sujana, "Pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan tunneling incentive pada indikasi melakukan transfer pricing," *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, vol. 19, no. 2, pp. 1000–1029, 2017.