

**PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP TRANSFER PRICING
(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI
Tahun 2014-2018)**

Endah Ratsianingrum¹⁾

Fadjar Harimurti²⁾

Djoko Kristianto³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ ratsya83@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taxes, bonus mechanisms, and company size on transfer pricing. This type of research is a case study, the type of data used is quantitative data. Data source used secondary data. The population of companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014-2018 totaled 42 companies. Samples of 14 companies for 5 years with a purposive sampling method. Collection techniques using documentation and study of literature. The classical assumption test results indicate that all variables have escaped multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation and normal distribution disorders. Regression analysis of the effects of taxation obtained, and the bonus mechanism have a positive effect, while firm size has a negative effect on transfer pricing. T test results, tax (X1), bonus mechanism (X2), and company size (X3) partially have a significant effect on transfer pricing (Y). The result of F test shows that the model used is incorrect. The coefficient of determination shows the tax variables, bonus mechanism, and company size contribute to the influence of transfer pricing 99,9% and the remaining 0,1% is influenced by other variables not examined.

Keywords: *Tax, Bonus Mechanism, Company Size, Transfer Pricing.*

PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan kegiatan ekonomi internasional turut merangsang berkembangnya perusahaan multinasional, namun demikian dengan berkembangnya perusahaan multinasional juga akan mendatangkan masalah. Salah satunya perusahaan multinasional akan menghadapi masalah perbedaan pajak yang berlaku di setiap negara. Perkembangan perekonomian di dunia yang semakin pesat adalah salah satu dampak dari globalisasi. Permasalahan yang sering muncul yaitu perbedaan tarif pajak, dimana perusahaan multinasional akan menghadapi masalah tersebut. Adanya perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Tidak selesai pada satu permasalahan, dengan adanya *transfer pricing* menimbulkan permasalahan yang sampai saat ini sering terjadi, diantaranya masalah pajak, bea cukai, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen, serta masih banyak masalah lain yang berhubungan dengan adanya *transfer pricing*.

Transfer pricing merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai Negara (Kiswanto dan Purwaningsih, 2014), namun dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional

untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya sehingga membuat beberapa Negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak. Salah satunya, Indonesia yang mengandalkan pajak dalam Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN).

Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang sangat menarik dan semakin mendapat perhatian dari otoritas perpajakan diberbagai belahan dunia. Semakin banyak negara di dunia ini yang mulai memperkenalkan peraturan *transfer pricing*. Sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena perusahaan multinasional cenderung mengggerser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang di dapatkan kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Praktek *transfer pricing* ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan/atau biaya darisatu Wajib Pajak ke Wajib Pajak lainnya, yang dapat direkayasa untuk menekann keseluruhan jumlah pajak terutang.

Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* seringkali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Hasil penelitian Indrasti (2016) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian Rosa dkk (2017) menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah mekanisme bonus, sebagaimana hasil penelitian Melmusi (2016) yang menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Mekanisme dapat digunakan sebagai ukuran apabila suatu perusahaan tersebut memiliki laba. Mekanisme bonus berdasarkan besarnya laba akan membuat direksi berupaya untuk melakukan manipulasi laba bahkan juga dilakukan manipulasi laba bersih dengan tujuan mampu memaksimalkan bonus diterimanya. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada Direksi atau Manajer, karena berdasarkan tingkat laba, Direksi atau Manajer dapat memanipulasi laba untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Mekanisme bonus tidak selalu berpengaruh terhadap *transfer pricing* bagi perusahaan multinasional, hal ini sebagaimana hasil penelitian Refgia (2017) yang menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Timbulnya *transfer pricing* bisa juga dikarenakan faktor ukuran perusahaan, sebagaimana hasil penelitian Melmusi (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Semakin besar aset suatu perusahaan maka kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Lain halnya hasil penelitian Refgia (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian di atas mengenai *transfer pricing*, pajak, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan tersebut, maka peneliti tertarik untuk menguji kembali perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2018. Peneliti menetapkan variabel tersebut, karena dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidak konsistennya pengujian variabel. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi karena sektor industri barang konsumsi dapat dianggap merupakan sektor industri yang paling aman dan menjanjikan. Dengan produk-produk yang selalu dipenuhi permintaan dan dikuasai oleh permintaan domestik yang cukup tinggi. Sebagaimana berita yang dilansir oleh CNN Indonesia bulan Januari lalu mengenai sector industri barang konsumsi bahwa indeks sektor barang konsumsi diawal tahun 2017 tersebut berhasil menjadi indeks sektor saham terkuat pada awal pekan di bulan Januari dengan kenaikan indeks harga saham sebesar 3,02%. Saham saham pada sektor industri barang

konsumsi tetap menjadi pilihan karena sektor industri barang konsumsi masih memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan dengan sektor lain.

Secara fundamental, saham-saham sektor industri barang konsumsi juga mendapat dukungan positif. Salah satunya dari inovasi produk-produk baru yang dikeluarkan oleh emiten pada sektor industri barang konsumsi sehingga dapat meningkatkan kinerja fundamentalnya. Adanya pandangan bahwa investor akan berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik membuat peneliti menyimpulkan berdasarkan fenomena pada paragraf di atas bahwa dengan banyaknya investor yang berinvestasi menandakan banyaknya juga perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, kesimpulan tersebut dapat berhubungan dengan tingkat keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, dimana saat perusahaan memiliki kinerja yang baik maka perusahaan tersebut pasti memiliki tingkat laba yang tinggi dan tingkat laba yang tinggi menandakan bahwa beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan pun semakin tinggi, hal ini dapat memicu perusahaan akan melakukan keputusan *transfer pricing* untuk perencanaan tahun kedepannya. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan juga dapat menghindari beban pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

KAJIAN PUSTAKA

1. *Transfer Pricing*

Istilah yang muncul secara universal hubungan transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa disebut dengan *Transfer pricing*. Gunadi (2007: 222) menjelaskan bahwa *transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya.

Transfer pricing dapat diukur dengan menggunakan proksi rasio nilai transaksi pihak berelasi (*Related Party Transaction*). Transaksi kepada pihak berelasi adalah salah satu cara perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Perusahaan anak menjual produk kepada induk perusahaan tanpa adanya keuntungan atau harga jual sama dengan harga pokok penjualan, sehingga perusahaan bisa rugi dan secara otomatis perusahaan anak tersebut tidak dikenakan pajak (Refgia, 2017).

2. Pajak

Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu Negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di Negara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Refgia, 2017).

Transfer pricing sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Hasil penelitian Indrasti (2016)

menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dikemukakan adalah:

H1 : Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

3. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada Direksi atau Manajer, maka berdasarkan tingkat laba Direksi atau Manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti dalam Refgia (2017), Tantiem/ bonus merupakan penghargaan yang di berikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer diperusahaan dapat melakukan perikayasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal.

Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi atau subunit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren dalam Refgia (2017) yang menyebutkan bahwa kompensai (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan kepada antar perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawah pasar. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahun tersebut.

Hasil penelitian Melmusi (2016) menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfet pricing*.

4. Ukuran Perusahaan

Surbakti dalam Refgia (2017), mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen.

Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Hasil penelitian Melmusi (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan pada perusahaan manufaktur barang konsumen periode 2014-2018 yang terdaftar di BEI.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dengan menganalisis data-data numerik. Sumber data dalam penelitian adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan pada perusahaan sektor bidang barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2014 – 2018.

Populasi dalam penelitian ini perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018 berjumlah 42 perusahaan. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, berjumlah 14 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda dalam penelitian ini benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 1 berikut.

Tabel 1. Uji Asumsi Klasik

| Uji Asumsi Klasik | Hasil Uji | Kesimpulan |
|------------------------|--|----------------------------------|
| Uji multikolinieritas | Tolerance (0,916); (0,967); (0,945) > 0,1 & VIP (1,092); (1,034); (1,058) < 10 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Uji autokorelasi | p (0,899) > 0,05 | Tidak terjadi autokorelasi |
| Uji heterokedastisitas | p (0,096); (0,262); (0,225) > 0,05 | Tidak terjadi heterokedastisitas |
| Uji normalitas | p (0,051) > 0,05 | Residual normal |

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu pajak (X_1), mekanisme bonus (x_2), dan ukuran perusahaan (x_3) terhadap *transfer pricing* (y). Hasil regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien | Nilai t | Signifikansi |
|--------------------------------|-----------|---------|--------------|
| (Constan) | 0,142 | 12,559 | 0,000 |
| Pajak | 0,024 | 9,214 | 0,000 |
| Mekanisme bonus | 0,170 | 222,316 | 0,000 |
| Ukuran perusahaan | -0,025 | -14,988 | 0,000 |
| F : 17542,076 | | | 0,000 |
| Adjustd R ² : 0,999 | | | |

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Hasil regresi berganda tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,142 + 0,024 X_1 + 0,170 X_2 - 0,025 X_3$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a = 0,142 adalah konstanta, artinya apabila pajak (X_1), mekanisme bonus (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3) sama dengan nol (tetap), maka transfer pricing sebesar 0,142%
- $b_1 = 0,024$ adalah pajak (X_1), artinya apabila pajak (X_1) meningkat sebesar 1% maka *transfer pricing* (Y) perusahaan manufaktur sektor konsumsi meningkat sebesar 0,024% dengan asumsi mekanisme bonus (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3) dianggap konstan.
- $b_2 = 0,170$ adalah mekanisme bonus (X_2), artinya apabila mekanisme bonus (X_2) meningkat sebesar 1% maka *transfer pricing* (Y) perusahaan manufaktur sektor konsumsi meningkat sebesar 0,17% dengan asumsi pajak (X_1), dan ukuran perusahaan (X_3) dianggap konstan.
- $b_3 = -0,025$, adalah ukuran perusahaan (X_3), artinya apabila ukuran perusahaan (X_3) semakin besar maka *transfer pricing* (Y) perusahaan manufaktur sektor konsumsi menurun sebesar 0,025% dengan asumsi pajak (X_1), dan mekanisme bonus (X_2) dianggap konstan.

Uji t

1. Perputaran Pajak (X_1) terhadap *Transfer Pricing* (Y)

Hasil perhitungan yang menunjukkan probabilitas $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Berarti ada pengaruh yang signifikan pajak (X_1) terhadap *transfer pricing* (Y), maka hipotesis 1: Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, terbukti

2. Mekanisme Bonus (X_2) terhadap *Transfer Pricing* (Y)

Hasil perhitungan yang menunjukkan p-value $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Berarti ada pengaruh yang signifikan mekanisme bonus (X_2) terhadap *transfer pricing* (Y), maka hipotesis 2 yang berbunyi: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*, terbukti.

3. Perputaran Ukuran Perusahaan (X_3) terhadap *Transfer Pricing* (Y)

Hasil perhitungan yang menunjukkan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Berarti ada pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan (X_3) terhadap *transfer pricing* (Y), maka hipotesis H3 berbunyi: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, terbukti.

Uji F

Hasil uji F diperoleh nilai t_{hitung} 17542,076 dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti maka model layak atau fit untuk digunakan untuk memprediksi variabel bebas (pajak, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel terikat (*transfer pricing*).

Analisis Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan dengan program *SPSS versi 18.0* diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,999. Berarti variabel pajak (X_1), mekanisme bonus (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap transfer pricing (Y) perusahaan manufaktur sektor konsumsi sebesar 99,9%, sedangkan sisanya sebesar 0,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pajak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini ada relevansinya dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indrasti (2016), Refgia (2017), Tiwa (2017), dan Santosa (2018) yang menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, namun tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016), dan Rosa (2017), bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Mekanisme bonus menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, yang berarti apabila pemberian bonus meningkat maka perilaku *transfer pricing* perusahaan juga meningkat. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti dalam Refgia (2017), Tantiem/bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membua para pelaku terutama manajer di perusahaan dapat melakukan perekayasa terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode tahun 2014-2018. Berpengaruh negatif menunjukkan arah yang berlawanan, yang berarti apabila ukuran perusahaan semakin besar maka perilaku *transfer pricing* akan menurun. Sebaliknya apabila ukuran perusahaan semakin kecil maka perilaku transfer pricing akan meningkat. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian Refgia (2017) yang menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

KESIMPULAN

Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Positif yang berarti searah, maksudnya apabila pajak naik maka *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan juga naik. Berpengaruhnya pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan, karena pembayaran pajak akan mengurangi laba perusahaan, sehingga pembayaran pajak menjadi salah satu alasan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Positif menunjukkan pengaruh yang searah, artinya apabila pemberian bonus meningkat maka perilaku *transfer pricing* perusahaan juga meningkat.

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berpengaruh negatif menunjukkan arah yang berlawanan, yang berarti apabila ukuran perusahaan semakin besar maka perilaku *transfer pricing* akan menurun. Sebaliknya apabila ukuran perusahaan semakin kecil maka perilaku transfer pricing akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Gunadi. 2007. *Pajak Internasional*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

- Indrasti, Anita W. 2016. “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, *Bonus Plan* dan *Debt Covenant* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)”. *Profita*. Vol. 9, No. 3, Hal. 348-371.
- Kiswanto, Nancy dan A. Purwaningsih. 2014. “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*”. *Jurnal Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya*.
- Melmusi, Zerni. 2016. “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Index dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016”. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi* . Vol. 5, No. 2, Hal. 1-12.
- Refgia, Thesa. 2017. “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Listing di BEI Tahun 2011-2014)”. *JOM Fekon*. Vol. 4, No. 1, Hal. 543-555.
- Rosa, Ria. 2016. “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, 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)”. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Pandanaran Semarang*. Vol. 6, No. 2, Hal. 1-19.
- Santosa, Siti J. D. 2018. “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)”. *Kajian Akuntansi Universitas Islam Bandung*. Vol. 19, No.2, Hal. 76 – 83.
- Tiwa, Evan M. 2017. “Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing terhadap Penerapan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015”. *Jurnal EMBA*. Vol. 5, No. 2, Hal. 2666-2675.