

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, PROFITABILITY, TAXES, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, AND TUNNELING INCENTIVES ON TRANSFER PRICING DECISIONS

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, PAJAK, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN TUNNELING INCENTIVE TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING

Zulfikar Rino Al Faruq^{1*}, Fatchan Achyani²

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b200210094@student.ums.ac.id^{1*}, fa185@ums.ac.id²

ABSTRACT

Transfer pricing refers to the pricing policy applied to transactions between related parties or entities under common control, either within the same business group or across different entities with direct or indirect ownership relationships. This study aims to analyze the effect of firm size, profitability, tax, good corporate governance, and tunneling incentive on transfer pricing decisions. The sample consists of manufacturing companies in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period. The sampling method used in this study is purposive sampling based on predetermined criteria, resulting in 51 selected companies. Data analysis was conducted using logistic regression with the help of SPSS version 27. The results show that profitability, tax, good corporate governance, and tunneling incentive have no significant effect on transfer pricing decisions, while firm size has a significant effect on transfer pricing.

Keywords: *Firm Size, Profitability, Good Corporate Governance, Tunneling Incentive, Transfer Pricing.*

ABSTRAK

*Transfer pricing merupakan kebijakan penetapan harga dalam transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa atau berelasi, baik dalam satu grup usaha maupun antar entitas berbeda yang memiliki pengendalian langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, *good corporate governance*, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman pada tahun 2022-2024 yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sehingga diperoleh 51 perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi logistik yang diolah melalui program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, pajak, *good corporate governance*, dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap transfer pricing, sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.*

Kata Kunci: *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Good Corporate Governance, Tunneling Incentive, Transfer Pricing.*

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menjadikan aktivitas bisnis lintas negara sebagai sesuatu yang lumrah. Terutama bagi perusahaan multinasional yang menjalankan operasional di berbagai sektor dan wilayah. Perkembangan ini turut mendorong terbentuknya struktur organisasi yang kompleks, seperti konglomerasi dan pembagian divisi internal. Dalam struktur semacam ini, frekuensi transaksi antar unit atau entitas

yang berada dalam satu kelompok usaha meningkat, mencakup kegiatan seperti penjualan barang dan jasa, pemberian lisensi atas hak kekayaan intelektual, hingga penyediaan pembiayaan, kompleksitas dan intensitas transaksi tersebut menimbulkan tantangan tersendiri dalam penentuan harga wajar dan sesuai. Penetapan harga atas transaksi yang terjadi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa ini

dikenal sebagai transfer pricing (Mangoting, 2000).

Transfer pricing pada awalnya dikenal dalam akuntansi manajemen sebagai kebijakan penetapan harga yang diterapkan pada pengiriman barang atau jasa antar departemen, dengan tujuan untuk mengukur kinerja masing-masing divisi atau departemen tersebut (Nurhayati, 2013).

Transfer pricing untuk barang maupun jasa merupakan salah satu dari perbedaan besar yang terjadi antara pengendalian manajemen operasi domestik dan luar negeri. Dalam operasi luar negeri, dibutuhkan beberapa pertimbangan penting lainnya untuk dapat sampai kepada suatu keputusan transfer pricing. Pertimbangan-pertimbangan tersebut diantaranya adalah pajak, tunneling incentive, dan exchange rate (Anthony dan Govindarajan, 2011).

Secara konseptual, transfer pricing memiliki tiga tujuan utama yang berbeda tergantung pada perspektif yang digunakan. Pertama, dalam konteks hukum korporasi, transfer pricing berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan sinergi antara perusahaan dan pemegang saham (Schon, 2014). Kedua, dari perspektif akuntansi manajerial, transfer pricing digunakan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan melalui penetapan harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan antar unit dalam satu entitas usaha. Ketiga, dari sisi perpajakan, transfer pricing merujuk pada kebijakan penentuan harga atas transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Harga transfer merupakan harga yang ditetapkan oleh wajib pajak dalam kegiatan jual beli atau pembagian sumber daya dengan pihak afiliasi.

Dalam praktiknya, penerapan transfer pricing oleh perusahaan multinasional

dilatarbelakangi oleh kepentingan perpajakan maupun non-perpajakan. Seiring dengan perkembangan ekonomi global, transfer pricing semakin banyak dimanfaatkan sebagai strategi untuk menekan beban pajak yang harus dibayarkan (Mangoting, 2000). Tingginya tarif pajak di suatu negara mendorong perusahaan untuk mengalihkan sebagian keuntungannya ke entitas afiliasi yang berlokasi di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Strategi ini umumnya dilakukan dengan menetapkan harga jual yang lebih rendah dalam transaksi antar perusahaan dalam satu grup usaha, sehingga laba berpindah ke yurisdiksi dengan beban pajak yang lebih ringan.

Dalam konteks global, transfer pricing bukan hanya sekadar kebijakan internal perusahaan, tetapi juga sering digunakan sebagai instrumen pengalihan laba (*profit shifting*) antar entitas dalam satu grup usaha. Praktik ini memiliki dampak signifikan terhadap stabilitas fiskal, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia, di mana penerimaan pajak merupakan sumber utama Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Menurut OECD (2017), salah satu tantangan terbesar dalam sistem perpajakan internasional adalah potensi penyalahgunaan kebijakan harga transfer oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan beban pajak secara tidak wajar. Hal ini sejalan dengan temuan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) dan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang mencatat bahwa sejumlah sengketa pajak terbesar di Indonesia berkaitan dengan dugaan praktik transfer pricing, khususnya pada sektor manufaktur makanan dan minuman yang memiliki hubungan erat dengan entitas afiliasi, baik di dalam maupun luar negeri. Bagi perusahaan, kebijakan transfer pricing sering dipandang sebagai alat strategis untuk

mengoptimalkan alokasi laba antar unit bisnis, meningkatkan efisiensi manajerial, serta memperkuat daya saing global. Namun, dari perspektif pemerintah, praktik ini berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara apabila dilakukan dengan cara yang tidak wajar.

Beberapa faktor seperti lemahnya pengawasan, keterbatasan jumlah tenaga ahli, serta belum maksimalnya efektivitas regulasi perpajakan, menyebabkan proses pemeriksaan transfer pricing di pengadilan pajak sering kali berpihak pada wajib pajak. Kondisi ini pada akhirnya mendorong semakin meluasnya praktik transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (Julaikah, 2014). Transfer pricing pada dasarnya bukanlah hal yang ilegal, namun menjadi masalah apabila digunakan untuk menghindari pajak atau melakukan pengalihan keuntungan secara tidak wajar. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing. Beberapa faktor yang sering dikaji dalam berbagai penelitian sebelumnya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance (GCG), dan tunneling incentive.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik dapat mempengaruhi kecenderungan perusahaan melakukan transfer pricing. Perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki lebih banyak anak perusahaan dan jaringan bisnis internasional yang kompleks. Ukuran perusahaan mencerminkan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu entitas usaha. Perusahaan dengan total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek usaha yang baik untuk jangka waktu yang relatif panjang (Rachmawati dan

Triatmoko, 2007). Hal ini memberikan lebih banyak peluang untuk melakukan pengaturan harga transfer. Selain itu, perusahaan besar juga cenderung menjadi perhatian otoritas pajak, sehingga bisa saja mereka lebih berhati-hati dalam praktik transfer pricing (Putri & Andini, 2019). Penelitian Atwal Arifin, Africo Al-Dua Saputra, Heppy Purbasari (2020), dan Mega Pransiska & Rina Sulistiyowati (2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap transfer pricing, artinya semakin besar perusahaan maka semakin besar pula kemungkinan melakukan transaksi antar pihak berelasi. Namun, Muthia Adelia & Linda Santioso (2021) menemukan hasil berbeda bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan, karena perusahaan besar juga lebih diawasi oleh regulator.

Kedua, dari sisi profitabilitas, perusahaan yang memiliki tingkat laba tinggi mungkin memiliki insentif lebih besar untuk memanfaatkan transfer pricing demi menurunkan beban pajak di negara dengan tarif tinggi. Namun, ada juga kemungkinan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan justru menghindari praktik transfer pricing yang agresif agar tidak merusak reputasi perusahaan (Sari & Martani, 2020). Penelitian Adelia & Santioso (2021) dan Refgia (2017) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap transfer pricing, yang berarti perusahaan dengan laba tinggi cenderung berusaha menurunkan beban pajaknya melalui pengaturan harga transfer. Sebaliknya, Armilia Fernanda, Eny Wahyuningsih, Haugesti Diana (2023) menemukan hasil tidak signifikan karena perusahaan yang menguntungkan justru lebih berhati-hati dalam menjaga reputasi publik.

Pajak, khususnya tarif pajak efektif (*effective tax rate*), sering menjadi alasan utama praktik transfer

pricing. Ketika beban pajak tinggi, perusahaan bisa mencari celah untuk memindahkan keuntungan ke entitas usaha lain di negara dengan tarif pajak rendah (Refgia, 2017). Pajak merupakan salah satu alasan utama yang mendorong perusahaan untuk memindahkan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah. Semakin tinggi beban pajak di suatu negara, semakin besar insentif perusahaan untuk melakukan transfer pricing ke negara dengan tarif lebih rendah guna meminimalkan pengeluaran pajaknya (Hanum & Zulaikha, 2013). Penelitian Adelia & Santioso (2021) serta Wijaya & Amalia (2020) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap transfer pricing, artinya semakin tinggi beban pajak, semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan pengaturan harga transfer.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi perusahaan melakukan transfer pricing adalah tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* (GCG). keberadaan GCG diyakini dapat menekan praktik manipulatif termasuk dalam penetapan harga transfer. Salah satu indikator utama yang sering digunakan untuk menilai penerapan GCG adalah kualitas auditor. Menurut Dewi dalam Damayanti dan Susanto (2015), kualitas audit merupakan kemungkinan auditor dalam memeriksa laporan keuangan klien, menemukan pelanggaran atau kesalahan yang terjadi, serta melaporkannya dalam laporan keuangan yang telah diaudit. Perusahaan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) bereputasi besar (misalnya KAP Big Four atau yang masuk kategori Big Ten di Indonesia) dianggap memiliki kualitas audit dan tata kelola yang lebih baik. Perusahaan yang memiliki kualitas audit yang baik akan mempertimbangkan seluruh aktivitasnya agar tidak menyimpang dari peraturan.

Penelitian yang dilakukan oleh Andayani & Sulistyawati (2020) bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap transfer pricing. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian Wijaya & Amalia (2020) menemukan bahwa *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap transfer pricing.

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan transfer pricing adalah *tunneling*. *Tunneling incentive* yaitu suatu perilaku yang bisa dikatakan menguntungkan pihak dari pemegang saham mayoritas karena mentransfer aset dan laba demi keuntungan mereka sendiri. *Tunneling* adalah pemindahan sumber daya dari dalam perusahaan ke pemegang saham pengendali (Johnson, 2000). Dalam perusahaan yang struktur kepemilikannya terkonsentrasi, pemegang saham pengendali dapat menggunakan transaksi afiliasi seperti transfer pricing untuk mengalihkan keuntungan dari perusahaan anak ke entitas lain yang mereka kendalikan demi keuntungan pribadi (Juniarti & Rosalina, 2015). La Porta et al. (2000) membedakan *tunneling* dalam dua bentuk. Pertama, pemegang saham pengendali dapat mentransfer sumber daya perusahaan kepada dirinya sendiri melalui transaksi *self-dealing*, seperti penjualan aset atau sekuritas perusahaan yang dikendalikan kepada perusahaan lain yang juga dimilikinya dengan harga di bawah nilai pasar. Kedua, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan kepemilikan atau kontrolnya terhadap perusahaan tanpa melakukan transfer aset secara langsung, misalnya melalui penerbitan saham dilutif (*dilutive share issues*). Selain itu, pemindahan sumber daya dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melalui transfer pricing.

Di Indonesia, struktur kepemilikan perusahaan yang umumnya

terkonsentrasi pada satu kelompok pengendali, baik lokal maupun asing, menimbulkan potensi pengalihan laba (*tunneling*) melalui transaksi antar entitas yang perlu diwaspadai. Claessens et al. (2000) dan La Porta et al. (1999) menegaskan bahwa di negara berkembang, pemegang saham pengendali domestik justru memiliki kekuatan besar untuk melakukan *tunneling*, baik melalui transaksi afiliasi, pinjaman antar perusahaan, maupun kebijakan harga transfer. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan kepemilikan asing $\geq 20\%$ sebagai proksi *tunneling incentive*, penelitian ini menggunakan seluruh bentuk kepemilikan pengendali, baik domestik maupun asing sebagai ukuran potensi *tunneling*. Pendekatan ini dipilih karena struktur kepemilikan perusahaan di Indonesia lebih banyak didominasi oleh kelompok bisnis domestik, yang juga berpotensi melakukan pengalihan laba antar entitas dalam satu grup usaha. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan saham pengendali, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya *tunneling* melalui mekanisme transfer pricing (Johnson et al., 2000; Lailiyul, 2015). Penelitian Hidayat, et, al (2019), Wati & Rahmi (2024) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap transfer pricing, sedangkan Wijaya & Amalia (2020) menemukan tidak berpengaruh signifikan.

Dalam penelitian ini, fokus akan diberikan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sektor ini didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tinggi dan daya saing global. Kedua, sektor makanan dan minuman dipilih karena memiliki

karakteristik produksi berantai yang melibatkan banyak entitas afiliasi, baik domestik maupun luar negeri. Ketiga, sektor ini memiliki kontribusi besar terhadap ekspor Indonesia, serta termasuk industri dengan arus transaksi afiliasi yang aktif. Data dari BEI menunjukkan bahwa sektor ini memiliki proporsi kepemilikan asing dan pengendali lokal yang kuat, sehingga cocok untuk menguji variabel *tunneling incentive* dan pajak dalam konteks transfer pricing. Keempat, beberapa perusahaan makanan dan minuman memiliki struktur kepemilikan asing yang signifikan, sehingga memungkinkan adanya insentif *tunneling* (Noviastika et al., 2016).

Hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi, terutama pada pengaruh profitabilitas, good corporate governance, dan *tunneling incentive* terhadap transfer pricing. Selain itu, belum banyak penelitian yang fokus menguji faktor-faktor tersebut pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris baru mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan transfer pricing di sektor makanan dan minuman.

Penelitian ini menggunakan periode 2022–2024 dengan pertimbangan bahwa pada rentang waktu tersebut sektor manufaktur makanan dan minuman di Indonesia mulai menunjukkan pemulihan setelah terdampak pandemi COVID-19. Pandemi yang berlangsung sejak 2020 menyebabkan penurunan konsumsi masyarakat, gangguan distribusi, serta peningkatan biaya operasional yang menekan kinerja keuangan perusahaan. Namun, sejak 2022 terlihat adanya perbaikan pada aspek penjualan dan profitabilitas, menandakan fase pemulihan ekonomi yang signifikan.

Oleh karena itu, periode tersebut dipilih karena dinilai mampu merepresentasikan dinamika pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing pada masa pemulihan ekonomi pasca pandemi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Teori)

Teori keagenan (agency theory) menjelaskan hubungan kontraktual antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen, di mana manajemen diberi wewenang untuk mengambil keputusan demi kepentingan pemilik (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan ini bertujuan meminimalkan konflik kepentingan melalui perjanjian yang mengatur proses pengumpulan, pemantauan, dan pelaporan informasi secara efisien. Namun, ketidakseimbangan informasi antara principal dan agent sering menimbulkan asimetri informasi, di mana manajemen memiliki akses informasi lebih besar dibandingkan pemilik, sehingga berpotensi menimbulkan perilaku oportunistik (Sholihah & Fidiana, 2021). Dalam konteks ini, manajemen dapat memanfaatkan kewenangannya untuk melakukan praktik transfer pricing, seperti pengalihan laba ke anak perusahaan di luar negeri guna menekan beban pajak, terutama pada perusahaan dengan pemegang saham mayoritas yang memiliki kendali besar terhadap keputusan strategis (Masripah et al., 2015). Praktik tersebut mencerminkan bentuk konflik keagenan yang mendorong tindakan tunneling, yaitu pengalihan laba atau aset perusahaan kepada entitas lain yang masih berada di bawah kendali pihak pengendali (Refgia, 2017).

Transfer Pricing

Transfer pricing atau harga transfer merupakan penetapan harga atas transaksi barang, jasa, maupun aset tidak berwujud antara entitas yang memiliki hubungan istimewa (related parties), sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Pajak Penghasilan dan Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (arm's length principle). Praktiknya lazim terjadi pada perusahaan multinasional atau kelompok usaha yang memiliki hubungan kepemilikan dan operasional antar divisi. Menurut Astuti (2008), transfer pricing mencakup transaksi antar pihak berelasi, termasuk lintas negara, dengan harga yang sering kali tidak mencerminkan nilai pasar wajar karena disesuaikan dengan kepentingan internal perusahaan. Secara teoritis, mekanisme ini bertujuan sah untuk menilai kinerja anak perusahaan dan meningkatkan efisiensi antar entitas, namun dalam praktiknya kerap disalahgunakan sebagai sarana penghindaran pajak dengan mengalihkan laba ke yurisdiksi bertarif pajak rendah, sehingga merugikan penerimaan negara dan menciptakan distorsi persaingan (Refgia, 2017). Selain itu, transfer pricing juga dapat digunakan untuk melakukan tunneling atau pengalihan keuntungan kepada pemegang saham pengendali. Arifin et al. (2020) menegaskan bahwa keputusan transfer pricing dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, tata kelola perusahaan (good corporate governance), dan adanya tunneling incentive. Hal ini sejalan dengan temuan Fernanda et al. (2023) yang menunjukkan bahwa perusahaan multinasional, termasuk sektor makanan dan minuman dengan aktivitas ekspor-

impor tinggi, lebih rentan melakukan praktik transfer pricing.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya aset, penjualan, atau kapitalisasi pasar yang dimiliki perusahaan. Menurut teori keagenan, semakin besar perusahaan, semakin tinggi potensi terjadinya konflik kepentingan antara pemilik dan manajer, terutama ketika perusahaan memiliki banyak afiliasi yang memungkinkan dilakukannya pengalihan laba (Jensen & Meckling, 1976). Perusahaan dengan ukuran besar memiliki aktivitas operasi yang lebih kompleks, termasuk hubungan dengan pihak berelasi baik domestik maupun internasional. Kompleksitas ini membuka peluang lebih besar bagi perusahaan untuk melakukan transfer pricing sebagai strategi manajemen pajak maupun efisiensi keuangan. Namun, perusahaan besar juga berada dalam pengawasan yang lebih ketat dari investor, auditor, dan otoritas pajak, sehingga peluang untuk melakukan transfer pricing secara agresif bisa berkurang (Pransiska & Sulistiyowati, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, penelitian yang dilakukan Refgia (2017) menemukan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, sementara Arifin et al. (2020) menemukan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing

Dalam Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan

laba dari sumber daya yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi umumnya memiliki beban pajak lebih besar, sehingga mendorong manajemen untuk melakukan strategi penghematan pajak, salah satunya dengan transfer pricing (Refgia, 2017). Dalam perspektif teori keagenan, manajer memiliki insentif untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan mengurangi beban pajak melalui kebijakan harga transfer.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Refgia (2017) dan Fernanda et al. (2023) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing. Namun, penelitian lain seperti Arifin et al. (2020) menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh, karena perusahaan dengan laba tinggi justru cenderung berhati-hati untuk menjaga reputasi dan mengurangi risiko pemeriksaan pajak. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya inkonsistensi sehingga perlu diuji kembali, khususnya pada sektor makanan dan minuman yang dikenal memiliki margin keuntungan relatif stabil. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh Pajak Terhadap Transfer Pricing

Pajak merupakan salah satu faktor utama yang mendorong praktik transfer pricing. Semakin tinggi tarif pajak yang ditanggung perusahaan, semakin besar dorongan bagi perusahaan untuk mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah atau kepada afiliasi untuk mengurangi beban pajak. Berdasarkan teori keagenan, manajer akan mencari cara untuk meminimalkan pajak guna meningkatkan laba bersih

yang dapat dibagikan kepada pemegang saham (Noviastika et al., 2016).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Refgia (2017) dan Hidayat et al. (2019) mendukung bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal serupa juga ditemukan oleh Andayani & Sulistyawati (2020) yang menyatakan bahwa pajak merupakan faktor dominan dalam praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Pajak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Transfer Pricing

Good Corporate Governance (GCG) adalah sistem tata kelola perusahaan yang memastikan bahwa perusahaan dikelola secara transparan, akuntabel, dan sesuai kepentingan pemegang saham. Salah satu indikator utama yang sering digunakan untuk menilai penerapan GCG adalah kualitas auditor. Kualitas audit mencerminkan baik atau buruknya proses pemeriksaan yang dilakukan auditor. Penelitian Annisa dan Kurniasih (2012) menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh terhadap praktik tax avoidance. Salah satu bentuk tax avoidance yang umum dilakukan adalah melalui praktik transfer pricing. Perusahaan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) bereputasi besar (misalnya KAP Big Four atau yang masuk kategori Big Ten di Indonesia) dianggap memiliki tata kelola yang lebih baik. Hal ini karena auditor bereputasi tinggi memiliki independensi dan standar audit yang ketat sehingga mampu mendeteksi serta mencegah praktik manipulasi laporan keuangan, termasuk praktik transfer pricing (Arifin et al., 2020).

Berdasarkan teori keagenan, auditor eksternal berkualitas tinggi berperan sebagai mekanisme monitoring yang dapat mengurangi perilaku oportunistik manajer, termasuk praktik transfer pricing yang merugikan pemegang saham minoritas. Penelitian oleh Wijaya & Amalia (2020) serta Anggraini & Yanti (2025) menemukan bahwa kualitas auditor berpengaruh negatif terhadap transfer pricing, artinya perusahaan dengan auditor bereputasi tinggi cenderung lebih kecil kemungkinannya melakukan praktik transfer pricing. Namun, penelitian lain seperti Noviastika et al. (2016) tidak menemukan pengaruh signifikan, menunjukkan bahwa peran auditor masih bervariasi antar perusahaan dan sektor. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Good corporate governance berpengaruh terhadap transfer Pricing.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Tunneling incentive merupakan insentif pemegang saham pengendali untuk mengalihkan laba atau aset perusahaan demi kepentingannya sendiri. Salah satu mekanisme tunneling yang sering digunakan adalah transfer pricing, terutama pada perusahaan dengan kepemilikan asing atau kepemilikan terkonsentrasi (Refgia, 2017).

Penelitian yang dilakukan Noviastika et al. (2016) dan Hidayat et al. (2019) menemukan bahwa tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing. Penelitian Resna Wati & Rahmi (2024) juga mendukung temuan tersebut bahwa struktur kepemilikan saham pengendali dapat meningkatkan kemungkinan perusahaan melakukan transfer pricing.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dapat dirumuskan sebagai berikut:
H5: Tunneling incentive berpengaruh terhadap transfer pricing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi logistik untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Pendekatan ini didasarkan pada paradigma positivisme yang menekankan pada data empiris, objektif, dan terukur (Sugiyono, 2019), dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan melalui situs resmi BEI. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI, sementara penentuan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu perusahaan terdaftar selama periode 2022–2024, menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah, serta tidak mengalami kerugian selama periode observasi untuk menjaga relevansi motivasi pajak terhadap praktik transfer pricing (Sugiyono, 2013; Sujarweni, 2019).

Variabel dependen penelitian ini adalah transfer pricing yang diukur dengan variabel dummy, bernilai 1 jika perusahaan melakukan transaksi signifikan dengan pihak berelasi dan 0 jika tidak (Refgia, 2017; Wati & Rahmi, 2024). Variabel independen meliputi ukuran perusahaan yang diukur melalui logaritma total aset (Noviastika, 2016),

profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA) (Arifin et al., 2020), pajak yang diukur dengan Effective Tax Rate (ETR) (Wijaya & Amalia, 2020), good corporate governance yang diproksikan melalui kualitas Kantor Akuntan Publik (Big Ten dan non-Big Ten) (Fernanda et al., 2023), serta tunneling incentive yang diukur berdasarkan rasio kepemilikan saham pengendali terhadap total saham beredar (Yuniasih et al., 2012). Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dari laporan keuangan perusahaan yang memenuhi kriteria, sedangkan analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kelayakan model, uji Hosmer-Lemeshow, uji koefisien determinasi, dan uji akurasi klasifikasi model untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive terhadap transfer pricing. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024 melalui situs resmi www.idx.co.id. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan pada sektor tersebut, sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti guna memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian:

Tabel 1. Proses Pengambilan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang	83

Terdaftar BEI 2022-2024		
2.	Perusahaan makanan dan minuman tidak menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah	-2
3.	Perusahaan makanan dan minuman mengalami kerugian	-25
4.	Perusahaan makanan dan minuman tidak memenuhi kelengkapan data	-5
Total sampel selama satu tahun		51
Total sampel selama tiga tahun (3 tahun x 51 sampel)		153

Sumber: Data sekunder diolah peneliti 2025

Berdasarkan karakteristik penelitian yang telah ditetapkan, terdapat 51 perusahaan yang menjadi sampel penelitian dengan total sampel penelitian sebanyak 153 data sampel.

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data penelitian melalui nilai rata-rata, standar

deviasi, maksimum, dan minimum. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif bertujuan menjelaskan karakteristik variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive yang memengaruhi transfer pricing pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022–2024:

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
Ukuran Perusahaan	153	24,974	32,937	28,914	1,776
Profitabilitas	153	0,001	0,331	0,084	0,633
Pajak	153	0,017	0,802	0,239	0,090
Tunneling Incentive	153	0,146	0,923	0,521	0,209

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 24,975 (Wahana Inti Makmur Tbk, 2022) dan maksimum 32,937 (Indofood Sukses Makmur Tbk, 2024) dengan rata-rata 28,914 serta standar deviasi 1,776, menunjukkan variasi yang rendah dan skala aset perusahaan yang relatif besar. Variabel profitabilitas menunjukkan nilai minimum 0,001 (Gozco Plantation Tbk, 2023) dan maksimum 0,331 (Multi Bintang Indonesia Tbk, 2024) dengan rata-rata 0,084 serta standar deviasi 0,633, yang mencerminkan variasi tinggi dalam kemampuan menghasilkan laba. Variabel pajak memiliki nilai minimum 0,017 (Bakrie Sumatera Plantations Tbk, 2022) dan maksimum 0,802 (Gozco Plantation Tbk) dengan rata-rata 0,239 serta standar deviasi 0,090, menunjukkan variasi yang rendah dan

rata-rata pembayaran pajak sekitar 23,9% dari laba sebelum pajak. Sementara itu, variabel tunneling incentive memiliki nilai minimum 0,146 (Bakrie Sumatera Plantations Tbk, 2022) dan maksimum 0,924 (Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk) dengan rata-rata 0,521 serta standar deviasi 0,209, yang menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh pemegang saham utama rata-rata sebesar 52,1% dan memiliki variasi rendah antarperusahaan.

Uji Regresi Logistik

Uji Regresi Logistik

Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive terhadap variabel dependen, yaitu

transfer pricing.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Logistik

Variabel	Coefficient B	Sig.	Keterangan
UP	0,411	0,025	Diterima
PRO	9,492	0,130	Ditolak
TAX	-0,461	0,838	Ditolak
GCG	0,448	0,527	Ditolak
TUN	1,764	0,193	Ditolak
Constant	-11,586	0,017	

Sumber: Output SPSS, 2025.

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dibuat persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$TP = -11,586 + 0,411UP + 9,492PRO - 0,461TAX + 0,448GCG + 1,764TUN$$

Hasil persamaan regresi logistik menunjukkan bahwa konstanta bernilai negatif sebesar -11,586, yang berarti jika seluruh variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive) dianggap konstan atau bernilai nol, maka tingkat transfer pricing cenderung menurun. Variabel ukuran perusahaan memiliki koefisien positif sebesar 0,411, menandakan bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan meningkatkan transfer pricing. Profitabilitas juga berpengaruh positif dengan koefisien 9,492, artinya semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kemungkinan terjadinya transfer pricing. Sebaliknya, variabel pajak menunjukkan

pengaruh negatif sebesar -0,461, sehingga kenaikan pajak akan menurunkan praktik transfer pricing. Variabel good corporate governance memiliki koefisien positif sebesar 0,448, yang mengindikasikan bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan transfer pricing. Terakhir, variabel tunneling incentive dengan koefisien positif sebesar 1,764 menunjukkan bahwa semakin besar dorongan atau peluang untuk melakukan tunneling, maka kecenderungan perusahaan melakukan transfer pricing juga meningkat.

Uji Overall Model Fit

Uji Kelayakan Model (Overall Model Fit Test) digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi logistik sesuai atau fit dengan data empiris yang digunakan.

Tabel 4 Hasil Uji Overall Model Fit

Keterangan	-2Log Likelihood (-2LL)
Block Number = 0	138,083
Block Number = 1	136,250

Sumber: Output SPSS, 2025.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai -2 Log Likelihood (-2 LogL) pada blok awal (0) dan akhir (1), di mana penurunan nilai menunjukkan peningkatan kesesuaian model terhadap data (Ghozali, 2016). Hasil analisis menunjukkan nilai -2 LogL awal sebesar 138,083 dan akhir

sebesar 136,250, dengan penurunan sebesar 1,833. Hal ini menandakan bahwa model regresi logistik yang digunakan dinilai layak (fit) karena menunjukkan kesesuaian yang baik dengan data penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (Nagelker

R²)

Uji Koefisien Determinasi (Nagelkerke R²) dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan dan memengaruhi variabel dependen. Nilai Nagelkerke R² berkisar antara 0 hingga

1. Semakin mendekati angka 1, maka model dianggap memiliki tingkat goodness of fit yang baik; sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka model dianggap memiliki tingkat goodness of fit yang rendah (Ghozali, 2016).

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Nagelkerke R²)

Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
0,178	0,303

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel, nilai Nagelkerke R² sebesar 0,303, yang berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan sebesar 30,3% variasi dari variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Hosmer dan Lemeshow

Uji Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit digunakan untuk menilai kesesuaian model regresi dengan data. Model dinyatakan layak jika nilai signifikansi > 0,05, yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara model dan data observasi (Ghozali, 2016).

Tabel 6. Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow

Hosmer and Lemeshow Test

Chi-Square	Sig.
2,705	0,951

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit, diperoleh nilai Chi-square sebesar 2,705 dengan tingkat signifikansi 0,951, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima, sehingga model regresi logistik dalam penelitian ini sesuai dengan data. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria goodness of fit.

Uji Matriks Klasifikasi

Matriks klasifikasi digunakan untuk menunjukkan kemampuan prediktif model regresi logistik dalam memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan praktik transfer pricing. Dalam output regresi logistik, nilai matriks klasifikasi dapat dilihat pada tabel klasifikasi yang menampilkan tingkat ketepatan prediksi model.

Tabel 7 Hasil Uji Matriks Korelasi Antar Variabel

Observed	NON TP	TP	Percentage Correct
NON TP	7	18	28
TP	5	123	96,1
Overall Percentage			85

Sumber: SPSS Output, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel klasifikasi, diketahui bahwa tingkat

prediksi sebesar 96,1% menunjukkan bahwa model mampu memprediksi dengan benar perusahaan yang melakukan praktik transfer pricing, sedangkan sebanyak 28% perusahaan tidak melakukan transfer pricing dapat diprediksi dengan tepat. Secara keseluruhan, model yang melibatkan variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, pajak, good corporate governance (GCG), dan tunneling

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Coefficient B	Sig.	Keterangan
UP	0,411	0,025	Diterima
PRO	9,492	0,130	Ditolak
TAX	-0,461	0,838	Ditolak
GCG	0,448	0,527	Ditolak
TUN	1,764	0,193	Ditolak
Constant	-11,586	0,017	

Sumber: Output SPSS, 2025.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8, variabel ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,411 dengan signifikansi $0,025 < 0,05$, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi kecenderungan melakukan praktik transfer pricing. Sementara itu, variabel profitabilitas (koefisien 9,492; sig. $0,130 > 0,05$), pajak (koefisien $-0,461$; sig. $0,838 > 0,05$), good corporate governance yang diproksikan dengan kualitas KAP (koefisien 0,448; sig. $0,527 > 0,05$), serta tunneling incentive (koefisien 1,764; sig. $0,193 > 0,05$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Dengan demikian, faktor profitabilitas, beban pajak, kualitas auditor eksternal, dan kepemilikan pengendali tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan perusahaan dalam menentukan kebijakan transfer pricing.

Pembahasan

incentive mampu memprediksi dengan akurasi sebesar 85%, bahwa perusahaan melakukan praktik transfer pricing.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui dan menyimpulkan apakah variabel independen yang diteliti memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap transfer pricing

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$ dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan keputusan transfer pricing.

Perusahaan dengan skala besar memiliki kompleksitas operasional dan struktur kepemilikan yang lebih luas, termasuk afiliasi lintas entitas dan lintas negara. Kondisi ini membuka ruang bagi perusahaan untuk melakukan penetapan transfer pricing antar entitas dalam grup guna tujuan efisiensi pajak. Perusahaan besar juga cenderung memiliki sumber daya yang memadai untuk merancang strategi keuangan yang kompleks, termasuk pengaturan transfer pricing secara legal namun menguntungkan. Kompleksitas dan kapasitas tersebut memberi perusahaan besar kesempatan dan kemampuan untuk merancang mekanisme transfer pricing yang legal

namun menguntungkan, baik untuk efisiensi internal maupun perencanaan pajak. Meskipun perusahaan besar juga mendapat pengawasan lebih ketat dari regulator dan publik, faktor kesempatan dan kemampuan operasional seringkali lebih dominan sehingga mendorong kemungkinan penggunaan transfer pricing. Temuan ini sejalan dengan teori agensi, di mana manajer sebagai agen memiliki kecenderungan mengoptimalkan laba melalui kebijakan tertentu untuk memenuhi kepentingan pemegang saham (principal). Salah satu bentuk kebijakan tersebut adalah pengaturan harga transfer antar entitas dalam grup usaha.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Arifin et. Al. (2020) dan Mega Pransiska & Rina Sulistiyowati (2024) yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing.

Pengaruh profitabilitas terhadap transfer pricing

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar $0,130 > 0,05$ dan H2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan keputusan transfer pricing.

Besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan tidak menjadi faktor utama dalam menentukan praktik transfer pricing. Perusahaan yang memperoleh laba tinggi pada periode tertentu dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang sehat, karena laba yang dihasilkan telah mencapai target yang diharapkan. Kondisi ini mengurangi motivasi perusahaan untuk melakukan transfer pricing dalam rangka meminimalkan beban pajak (Fernanda et al., 2023).

Hasil penelitian ini mendukung

hasil penelitian Arifin et. al. (2020), Adelia & Santioso (2021), dan Fernanda et. al. (2023) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh pajak terhadap transfer pricing

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel pajak memiliki nilai signifikansi sebesar $0,838 > 0,05$ dan H3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan keputusan transfer pricing.

Temuan ini mendukung pandangan bahwa meskipun transfer pricing sering dianggap sebagai strategi penghindaran pajak, tidak semua perusahaan yang berupaya menekan beban pajak menggunakan mekanisme tersebut. Beberapa perusahaan mampu melakukan perencanaan pajak yang efisien dan sesuai peraturan tanpa harus memanfaatkan transfer pricing. Dengan demikian, keputusan untuk melakukan transfer pricing tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan pajak, melainkan juga oleh faktor operasional dan struktur kepemilikan perusahaan (Fernanda et al., 2023).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Arifin et. al. (2020), Fernanda et. al. (2023), dan Andayani & Sulistiyawati (2020) yang mengungkapkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh good corporate governance terhadap transfer pricing

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel good corporate governance memiliki nilai signifikansi sebesar $0,527 > 0,05$ dan H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa good corporate governance tidak berpengaruh terhadap

keputusan perusahaan untuk melakukan keputusan transfer pricing.

Secara teoritis, auditor bereputasi tinggi diharapkan mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pelaporan keuangan sehingga dapat menekan praktik manipulatif seperti transfer pricing. Transfer pricing umumnya dilakukan pada level keputusan manajerial dan tidak selalu terdeteksi dalam audit keuangan standar, sehingga kualitas auditor tidak selalu menjadi faktor pembatas praktik tersebut. Walaupun KAP Big Ten dikenal memiliki standar audit dan independensi tinggi, dalam praktiknya auditor lebih berfokus pada kewajaran laporan keuangan secara keseluruhan, bukan menilai kebijakan transfer pricing antar entitas. Dengan demikian, kualitas audit yang tinggi tidak selalu membatasi praktik transfer pricing, melainkan dapat menjadi indikator bahwa perusahaan mampu melakukan transaksi lintas negara secara lebih kompleks dan terstruktur (Fernanda et. al., 2020).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Arifin et. al. (2020), Wijaya & Amalia (2020), dan Noviasatika et. al. (2016) yang mengungkapkan bahwa good corporate governance tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Pengaruh tunneling incentive terhadap transfer pricing

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel tunneling incentive memiliki nilai signifikansi sebesar $0,193 > 0,05$ dan H_5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan keputusan transfer pricing.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan saham yang besar belum tentu memberikan kekuatan yang

signifikan kepada pemegang saham untuk mengendalikan keputusan terkait praktik tunneling dalam transfer pricing. Hal ini disebabkan oleh adanya kesepakatan internal perusahaan yang mengharuskan setiap keputusan operasional maupun investasi dibahas dan disetujui bersama pemegang saham lainnya, terutama pemegang saham mayoritas (Wijaya & Amalia, 2020).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Adelia & Santioso (2021) dan Noviasatika et. al. (2016) yang mengungkapkan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing, sedangkan profitabilitas, pajak, good corporate governance, dan tunneling incentive tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk sektor lain, nilai R-Square sebesar 0,303 yang menunjukkan masih ada 69,7% variabel lain di luar model yang memengaruhi transfer pricing, serta periode observasi yang terbatas hanya tiga tahun (2022–2024). Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke sektor lain, menambahkan variabel relevan seperti leverage, mekanisme bonus manajerial, political connection, dan intangible assets, serta memperpanjang periode observasi agar hasil penelitian lebih komprehensif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, F., Lovita, L., & Putri, E. (2021). The Effect of Good Corporate Governance, Sales Growth, and Capital Intensity on Accounting Conservatism (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2019). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 255–267. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v6i3.17578>
- Adrian, Sutedi. (2012). “Good Corporate Governance”. Sinar Grafika. Jakarta.
- Andayani, A. S., & Sulistyawati, A. I. (2020). PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN MEKANISME BONUS TERHADAP INDIKASI TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Solusi*, 18(1). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i1.2099>
- Annisa, N. A., & Kurniasih, L. (2012). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. In *Jurnal Akuntansi & Auditing* (Vol. 8, Issue 2, pp. 95–189).
- Anthony, N.R., dan V. Govindarajan. (2011). *Sistem pengendalian manajemen* jilid 2. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Arifin, A., Saputra, A. A., & Heppy Purbasari. (2018). Company Size, Profitability, Tax , And Good Corporate Governance On The Company ’ s Decision To Transfer Pricing (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2018 Period). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 141–150). <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>
- Claessens, S., Djankov, S., & Lang, L. H. P. (2000). The separation of ownership and control in East Asian corporations. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 81–112.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2011). PER-32/PJ/2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa.
- E Wati, R., & Rahmi, F. (2024). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Tunneling Incentive, dan Kepemilikan Asing Terhadap Transfer Pricing. In *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Universitas Jambi* (Vol. 9, Issue 2, pp. 136–149).
- Fernanda, A., Wahyuningsih, E., & Diana, H. (2023). Pengaruh Pajak, Profitabilitas, Debt Covenant, Dan Good Corporate Governance Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021. In *Journal Of Islamic Finance And Accounting Research* (Vol. 2, Issue 2 AGUSTUS, pp. 01–21). <https://doi.org/10.25299/jafar.2023.14243>
- Hanum, H., & Zulaikha. (2013). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive dan Exchange Rate terhadap Transfer Pricing. *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di

- Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. In *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)* (Vol. 15, Issue 1, pp. 235–240).
- Juniarti, & Rosalina, E. (2015). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Kurnia, N. (2025, April 14). 83 Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI subsektor makanan dan minuman. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/market-news/83-perusahaan-food-and-beverage-yang-terdaftar-di-bei-subsektor-makanan-dan-minuman/2>
- Kusumawati, E., Trisnawati, R., & Achyani, F. (2018). Analisis Laporan Keuangan (Tinjauan Kasus dan Riset Empiris).
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (1999). Corporate ownership around the world. *Journal of Finance*, 54(2), 471–517.
- Lailiyul Wafiroh, Novi, (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2011-2013, *Jurnal Universitas Islam Negeri, Malang*.
- Linda Santioso, Muthia Adelia. (2021). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing. In *Jurnal Paradigma Akuntansi* (Vol. 3, Issue 2, p. 721).
- Mangoting, Y. (2000). Aspek perpajakan dalam praktek transfer pricing. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 2 (1): 69-82
- Masripah, Diyanti, V., & Fitriasar, D. (2015). Controlling Shareholder And Tax Avoidance: Family Ownership And Corporate Governance. *Internasional Research Journal Of Business Studies*, 8(3), 167–180.
- Noviastika F, Dwi, Yuniadi Mayowan, and Suhartini Karjo. (2016). “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Good Corporate Governance(GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar BEI.” *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*| 8(1): 1–9. perpajakan.studentjournal.ub.ac.id
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayati, Indah Dewi. (2013). Evaluasi atas Perlakuan Perpajakan terhadap Transaksi Transfer pricing pada Perusahaan Multinasional di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 2 No. 1.
- Pransiska, M., & Sulistiyowati, R. (2024). Pengaruh Firm Size , Leverage , Profitability Terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar Di Bursa Efek. In *Global Accounting: Jurnal Akuntansi* (Vol. 3, Issue 1, pp. 1–11).
- Putri, N. R., & Andini, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi UNNES*.
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap

- Transfer Pricing. In *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* (Vol. 4, Issue 1, pp. 543–555).
<https://www.neliti.com/publications/131633/pengaruh-pajak-mekanisme-bonus-ukuran-perusahaan-kepemilikan-asing-dan-tunneling>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 62.
- Soemitro, R. (2012). *Dasar-Dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*. Bandung: Eresco.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Utami, R. I., & Wijayanti, A. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Praktek Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Waluyo. (2017). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, I., & Amalia, A. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Good Corporate Governance Terhadap Transfer Pricing. In *Jurnal Profita* (Vol. 13, Issue 1, p. 30).
<https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.003>
- Yenni Mangoting. (2000). Aspek Perpajakan Dalam Praktek Transfer Pricing. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 2, Issue 1, pp. 69–82).
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15668>
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh pajak dan tunneling incentive pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi*, 15, 1-23.