

Pengaruh Nilai Tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Anggraini¹ Listya Sugiyarti²

Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia^{1,2}

Email: rinia2065@gmail.com¹ listya.sugiyarti@unpam.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai tukar, perencanaan pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah *sample* dalam penelitian ini sebanyak 50 laporan keuangan dengan 5 tahun pengamatan dari 10 perusahaan manufaktur periode 2018-2022 yang diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sumpling*. Data yang digunakan menggunakan data sekunder yaitu merupakan laporan keuangan. Teknis analisis yang digunakan adalah *statistic* deskriptif dan analisis regresi data panel dengan menggunakan perangkat *evIEWS-12*. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh nilai tukar, perencanaan pajak dan mekanisme bonus berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Variabel nilai tukar dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, dan perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Kata Kunci: Nilai Tukar, Perencanaan Pajak, Mekanisme Bonus, *Transfer Pricing*

Abstract

This research aims to determine the influence of exchange rates, tax planning and bonus mechanisms on companies' decisions to carry out transfer pricing. The method used in this research is a descriptive research method with a quantitative approach. The number of samples in this research was 50 financial reports with 5 years of observation from 10 manufacturing companies for the 2018-2022 period which were obtained using the purposive sumpling method. The data used uses secondary data, namely financial reports. The analysis technique used is descriptive statistics and panel data regression analysis using the evIEWS-12 tool. The results of this research show that the influence of exchange rates, tax planning and bonus mechanisms have a simultaneous and significant impact on transfer pricing. The exchange rate variables and bonus mechanism have no effect on transfer pricing, and tax planning has a significant effect on transfer pricing.

Keywords: Exchange rates, Tax Planing, Bonus Mechanisms, *Transfer Pricing*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Tingginya tingkat globalisasi perekonomian memacu perkembangan bisnis multinasional di berbagai sektor. Era digital memungkinkan ekonomi bertumbuh hingga mancanegara, beberapa bisnis beropsi untuk memperluas usaha mereka dengan membuka cabang di luar negeri, guna meningkatkan jangkauan, mencapai efisiensi, dan meningkatkan keuntungan. Dengan adanya globalisasi, perusahaan-perusahaan merasa bahwa beroperasi hanya di satu negara tidak lagi mencukupi. Dalam proses ekspansi perusahaan multinasional, kebanyakan mengaplikasikan sistem *otonom* yang lebih besar kepada cabang atau divisi, contoh penerapannya seperti 'Keuntungan pendapatan biaya' serta 'Konsep pusat laba perusahaan', guna mengevaluasi kinerja serta motivasi tiap cabang atau untuk mencapai target usaha. Dalam pencapaiannya banyak bisnis yang mengaplikasikan sistem *Transfer Pricing*. Mengacu pada ketentuan harga yang telah ditetapkan wajib pajak saat bertransaksi dengan afiliasinya. Guna

penerapan ini untuk menghindari pajak yang memberikan efek negatif bagi pendapatan negara karena potensi penerimaan yang sebaiknya didapati menjadi hilang. Pada 1993, negara berfokus pada pengaplikasian biaya *transfer*, yang awalnya ditentukan oleh SE04/PJ.7/1993 yang dikawal oleh KMK-650/KMK.04/1994. Hinggapada 2009 mulai berfokus menghadapi *Transfer Pricing* sesuai UU No.36/2008 mengenai pajak pendapatan. Pada UU 18 No.3 mengenai DJP (Direktorat Jendral Pajak) mendapati hak untuk menentukan besaran wajib pajak pada pendapatan, mengacu pada prinsip pada aturan lazim yang berlaku (*arm's length principle*). Melalui sistem *Price comparison*, *Resale price*, *cost-plus method*, serta metode lainnya yang relevan.

Salah satu pengaplikasian *Transfer Pricing* dilihat dari perusahaan Coca cola (CCI), pasalnya bisnis ini telah menghindari pajak, kekurangannya hingga 49,24 milliar, dan telah diajukan banding pada pengadilan. Sebab PT CCI merasa telah melengkapi kewajiban pajak menurut ketentuan, Hasil temuan DJP mendapati penghasilan kena pajak usaha berkurang, yang menyebabkan setoran pajak pun menurun. Pengurangan pendapatan kena pajak usaha disebabkan tingginya beban *cost*, mencakup biaya periklanan dari 2002 hingga 2006 menyentuh total 566,85 milliar. Industri multinasional sering diduga berupaya mengurangi kewajiban pajaknya dengan mengatur *Transfer Pricing*, khususnya dalam transaksi dengan entitas afiliasi di luar negeri. Perusahaan-perusahaan ini beroperasi di berbagai negara dan berada di bawah kendali suatu pihak tertentu. Seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan oleh perusahaan multinasional, kemungkinan munculnya skema *Transfer Pricing* juga meningkat. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa penerapan *Transfer Pricing* oleh perusahaan bertujuan untuk menurunkan beban pajak yang harus dibayar. Menurut pemerintah, *Transfer Pricing* dapat mengurangi potensi penerimaan pajak suatu negara karena industri global cenderung memindahkan biaya pajak dari negara yang nilai pajaknya tinggi menuju negara yang tarif pajaknya rendah (*low tax countries*). Hal ini tentu berdampak negatif bagi negara berkembang, seperti indonesia, karena pajak menjadi sumber anggaran bagi negara (APBN). Dari kasus yang tertera, didapati sistem *Transfer Pricing* ini beresiko diaplikasikan untuk memaksimalkan laba, faktor yang mempengaruhinya ialah nilai tukar, perencanaan Pajak dan Mekanisme bonus.

Ketentuan *Transfer Pricing* diikuti oleh nilai tukar yang berdampak bagi kebijakan *Transfer Pricing* yang ditentukan suatu industri. Pola naik turun nilai tukar dapat memberikan efek bagi harga produk dan jasa yang diperoleh usaha tersebut. Maka manajemen perlu memilah kembali kebijakan ini guna mengetahui kecukupan jumlah kas dalam bertransaksi (Asyhinta 2019). Faktor kedua adalah perencanaan pajak, yang merupakan bagian dari manajemen perpajakan untuk mengurangi kewajiban pajak secara sah menurut undang-undang perpajakan tanpa melanggar hukum yang berlaku. Banyak pelaku usaha yang merencanakan pajak untuk memperoleh penghematan yang diperbolehkan oleh undang-undang, namun ini tidak berarti bahwa mereka melakukan pelanggaran (Afifah, 2018). Fenomena ini terlihat dari laporan *Tax Justice Network 2020*, yang menyebutkan bahwa Indonesia mengalami kerugian pajak sebesar \$4,78 miliar akibat penghindaran pajak korporasi. Pada tahun 2021, laporan serupa menunjukkan kerugian pajak korporasi sebesar \$2,21 miliar. Kedua laporan tersebut mengungkapkan bahwa 61% dari penghindaran pajak korporasi disebabkan oleh pengalihan laba perusahaan multinasional ke negara-negara yang dianggap sebagai surga pajak. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa praktik transfer pricing masih banyak dilakukan oleh wajib pajak di Indonesia. Seiring dengan perkembangan *Transfer Pricing*, industri global juga memanfaatkan strategi ini untuk perencanaan pajak. Pajak mempengaruhi keputusan bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan sering kali terdapat perbedaan kepentingan antara perusahaan sebagai wajib pajak dan pemerintah. Perbedaan kepentingan ini mendorong perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajak

mereka, baik melalui cara-cara legal maupun ilegal, salah satunya dengan perencanaan pajak. Perencanaan pajak bertujuan untuk menghindari pembayaran pajak berlebih, dan selama dilakukan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku, perencanaan pajak tidak dianggap sebagai penghindaran pajak. Penelitian oleh Cahyadi & Noviani (2018) menunjukkan bahwa pajak memiliki efek positif terhadap keputusan biaya transfer. Temuan serupa juga didukung oleh Cledy & Amin (2020) dan Mulyani (2020), yang menyatakan bahwa pajak memiliki efek signifikan dalam keputusan *Transfer Pricing*. Salah satu strategi perencanaan perusahaan untuk menghindari pajak adalah dengan memanfaatkan negara-negara *tax haven* melalui *Transfer Pricing*. Perhitungan (ETR) memberikan efek laba akuntansi yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan, karena ETR menggambarkan beban pajak yang ditanggung. Namun, temuan oleh Ayuningtyas (2020) dan Tjandrakirana (2020) menunjukkan bahwa pajak tidak berdampak bagi keputusan *Transfer Pricing* industri.

Faktor ketiga adalah mekanisme bonus (rencana bonus). Sistem bonus merupakan aspek penting yang berdampak bagi keputusan bisnis mengenai penggunaan *Transfer Pricing*. Manajemen perusahaan cenderung menerapkan sistem bonus karena kepentingan pribadi mereka, yang memberikan efek mereka untuk mencari pendekatan terbaik dalam mencapai target industri serta terlibat dalam *Transfer Pricing*. Temuan milik Saifudin dan L. S. Putri (2018) didapati hasil bahwa mekanisme bonus berdampak positif pada *Transfer Pricing*. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Novira et al. (2020) dan Widiyastuti & Asalam (2019). Namun, studi oleh Ayu et al. (2017) dan Prananda & Triyanto (2020) didapati hasil faktor sistem bonus tidak berdampak bagi *Transfer Pricing*. Menurut hasil studi yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk melakukan studi lebih lanjut dan mengembangkan studi sebelumnya dengan memilih judul temuan mengenai “Pengaruh Nilai Tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer pricing*”. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam *Transfer Pricing*, dengan rumusan berikut ini: Apakah secara bersamaan Nilai tukar, Perencanaan pajak dan Mekanisme Bonus mempengaruhi keputusan bisnis untuk melakukan *transfer pricing*? Apakah secara individual Nilai Tukar berdampak bagi keputusan *transfer pricing*? Apakah secara individual Perencanaan Pajak memberikan efek bagi keputusan industri dalam *transfer pricing*? Apakah secara individual Mekanisme Bonus berdampak bagi keputusan usaha dalam *transfer pricing*? Sesuai permasalahan yang terlampir, diperoleh tujuan studi yang disajikan di bawah ini: Menganalisis secara bersamaan adanya efek dari faktor Nilai Tukar, Perencanaan pajak dan Mekanisme bonus bagi keputusan *transfer pricing*. Menganalisis secara individual kontribusi Nilai Tukar bagi keputusan bisnis mengenai *transfer pricing*. Menganalisis secara individual dampak Perencanaan Pajak bagi keputusan *transfer pricing*. Menganalisis secara individual efek Mekanisme bonus untuk keputusan *transfer pricing*.

Kerangka Pemikiran dan Rumusan Hipotesis

Pengaruh Nilai tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap *transfer pricing*

Transfer pricing dapat dipengaruhi karena adanya perbedaan nilai tukar kurs (*exchange rate*) antar negara. *Exchange rate* berhubungan erat dengan perdagangan internasional, karena arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang di mana nilai mata uang relatif kepada nilai dolar yang akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu (*fluktasi*). Ketika nilai tukar terus-menerus berfluktuasi maka akan mempengaruhi harga produk atau jasa yang akan diperdagangkan, maka Keputusan *transfer pricing* menjadi pilihan untuk manajemen sehingga jumlah kas yang tersedia untuk melakukan pembayaran dapat dipastikan. Berdasarkan teori keagenan, konflik agensi terjadi antara manajer dan pemegang

saham akibat adanya kesenjangan informasi antar manajer dan pemegang saham menduga manajer akan melakukan tindakan *oportunistik* untuk kepentingan mereka melalui upaya manipulasi angka-angka akuntansi dalam laporan keuangan perusahaan. Kondisi ini akan memberikan dampak berkurangnya harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan dari operasional perusahaan akibat perilaku *oportunistik* tersebut. Adanya perencanaan pajak yang baik, maka Upaya manajer untuk melakukan manipulasi-manipulasi pada laporan keuangan akan terbatas. Hal ini dikarenakan tindakan *transfer pricing* akan memberikan dampak yang luas bagi perusahaan. (RU Hasna,2020) Sedangkan dalam Mekanisme bonus menjelaskan bahwa pemegang saham memotivasi manajer agar berkinerja baik adalah dengan pemberian bonus dengan tujuan mendapatkan laba tinggi setiap Tahun. Manajer berupaya untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan tujuan mendapatkan bonus lebih banyak. Jika tidak diawasi, *transfer pricing* bisa digunakan oleh manajer untuk memaksimalkan laba perusahaan (Saraswati dan Sujana 2017). Berdasarkan keterangan diatas bahwa penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut: H1: Diduga Nilai tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus berpengaruh secara simultan terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap *Transfer Pricing*

Nilai tukar (kurs) merupakan nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau di masa akan datang, atas mata uang yang berbeda (Ardiyanti, 2017). Kebijakan nilai tukar suatu negara memiliki beberapa fungsi utama sebagai berikut: a. Sebagai cara untuk menyeimbangkan neraca pembayaran, dengan sasaran akhir menjaga kecukupan cadangan devisa. b. Menjaga kestabilan pasar domestic. c. Sebagai instrument moneter khususnya bagi negara yang menerapkan aturan suku bunga dan nilai tukar sebagai sasaran operasional kebijakan moneter. Dalam mengembangkan bisnis ini membuat para pelaku bisnis memiliki motif untuk melakukan *transfer Pricing*. Karena perusahaan multinasional mengalami perbedaan Nilai Tukar (nilai tukar), perusahaan mengalami pembayaran yang tidak pasti. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional meminta agar pembayaran dilakukan dengan satu valuta ke valuta yang lain, karena Nilai Tukar terus mengalami fluktuasi mengakibatkan jumlah kas yang dibutuhkan untuk pembayaran tersebut menjadi tidak menentu. Nilai Tukar yang sedang berfluktuasi ini yang dapat mempengaruhi terjadinya praktik *transfer Pricing* dalam perusahaan multinasional. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan hipotesis kedua yang dapat dirumuskan yaitu: H2: Diduga Nilai Tukar berpengaruh Terhadap *transfer Pricing*

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Perusahaan selalu berorientasi untuk menghasilkan laba setelah pajak yang maksimal dan menyejahterakan pemegang saham. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak yang maksimal yaitu dengan Perencanaan pajak sehingga beban pajak yang harus dibayar dapat ditekan. Perencanaan pajak merupakan upaya untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan mengawasi dan meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan guna memperoleh laba yang maksimal tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku. Dengan perencanaan pajak yang efektif dan efisien maka dapat meminimal tindakan kecurangan Terhadap pembayaran pajak oleh pihak perusahaan. Akan tetapi masih banyak perusahaan multinasional yang melakukan penghindaran pajak dengan praktik *transfer Pricing*. Adanya perencanaan pajak yang baik, maka upaya manajer untuk melakukan manipulasi-manipulasi pada laporan keuangan akan terbatas. Salah satu bentuk upaya manipulasi tersebut adalah tindakan *transfer Pricing*. Kesadaran manajer untuk membayarkan pajak sesuai dengan kemampuan perusahaan akan menurunkan manajer untuk melakukan *transfer Pricing*. Oleh karena itu dapat dirumuskan hipotesis ketiga yaitu: H3: Diduga Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap *Transfer Pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

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 (Refgia, 2017). Para direksi dalam menjalankan tugasnya selalu ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Dengan dapat menunjukkan kinerja yang baik yaitu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan maka para direksi memperoleh penilaian yang baik dari pemilik perusahaan maka akan memberikan penghargaan kepada para direksi. (Mayantya, 2018) menyatakan bahwa Mekanisme Bonus adalah satu strategi atau motif perusahaan dengan menggunakan perhitungan akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba secara keseluruhan selama tahun berjalan. Selanjutnya, praktik akuntansi akan berfokus pada angka akuntansi menjadi pedoman yang dibuat oleh para direksi supaya kinerjanya baik, sehingga akuntabilitas akuntansi dikesampingkan, maka praktik *transfer Pricing* yang ilegal dalam akuntansi menjadi hal yang wajar. (Mayantya, 2018) Semakin tinggi laba perusahaan yang ingin dicapai untuk memaksimalkan bonus maka semakin tinggi pula praktik *transfer Pricing* yang dilakukan untuk mendapatkan laba yang besar (Mayantya, 2018). Oleh karena itu dapat dirumuskan hipotesis keempat yaitu: H4: Diduga Mekanisme Bonus Berpengaruh Terhadap *Transfer Pricing*.

METODE PENELITIAN

Desain riset menyediakan rencana dan struktur yang membuat peneliti mampu menjawab pertanyaan riset secara valid, objektif, akurat dan seekonomis mungkin (Chandrarin, 2017). Dalam pelaksanaannya metode riset pada penelitian yang akan dilakukan adalah berfokus pada penggunaan angka, tabel, grafik dan diagram untuk menampilkan hasil data yang akan diolah. Metode kuantitatif ini dipakai oleh penulis karena dinilai dapat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh atas variabel – variabel yang penulis pilih, Penelitian ini meneliti pengaruh dari Nilai Tukar, Perencanaan Pajak, Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode 2018-2022. Penelitian ini berjenis kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif yang di gunakan untuk meneliti pada populasi untuk sampel tertentu. Penulis melakukan penelitian ini pada Bursa Efek Indonesia pada perusahaan manufaktur dengan menggunakan data laporan keuangan tahunan perusahaan di Indonesia periode 2018-2022. Data di peroleh dari situs web www.idx.co.id. Dipilihnya Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai tempat penelitian karena Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan lembaga pertama di Indonesia yang dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah yang mewakili atas objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dilakukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dicari kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam pengertian ini merupakan perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022 dengan 5 tahun pengamatan di mana perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) dapat dijadikan sample penelitian dikarenakan ada beberapa kriteria yang harus ditercantumkan dalam laporan keuangan tersebut. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Maka dari itu, sampel yang diambil dari

populasi oleh peneliti adalah sampel yang mewakili. Apabila sampel tersebut tidak bisa mewakili dari populasi yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapatkan bisa membuat suatu kesimpulan yang tidak benar. Metode yang dipakai dalam menentukan sampel di dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ini antara lain: Perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang konsisten melaporkan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang mendapatkan laba setiap Tahun pada periode 2018-2022. Perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2018-2022. Perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub industri makanan dan minuman (*food & beverage*) yang memiliki kelengkapan data selama periode 2018-2022.

Teknik Pengumpulan Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel, di mana pengolahan data tersebut menggunakan analisis statistik deskriptif. Regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data runtun waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*), oleh karena itu data panel memiliki gabungan karakteristik yaitu data yang terdiri dari beberapa obyek yang meliputi beberapa waktu (Ghozali, 2018).

1. Studi Kepustakaan. Menurut Sugiyono (2017) studi pustaka merupakan kaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Hasil penelitian pula akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang sudah ada. Studi pustaka adalah maka dapat dikatakan bahwa studi pustaka bisa mempengaruhi kredibilitas hasil penelitian yang dilakukan.
2. Dokumentasi. Menurut sugiyono (2018) studi dokumen merupakan satu cara yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dari studi dokumen ini, penulis dapat memperoleh dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perusahaan yang dibahas yaitu berkas-berkas mengenai data surat masuk dan surat keluar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Studi ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang kini dikenal sebagai Indonesia *Stock Exchange* (IDX), yaitu lembaga yang mengelola pasar modal di Indonesia. Objek studi ini adalah perseroan yang terdaftar di (BEI), khususnya yang berada dalam sektor *consumer non cyilicals*, yaitu sub-industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*). BEI dipilih karena memiliki data yang terorganisir dengan baik. Studi berfokus pada produksi makanan dan minuman, dan sering kali terlibat dalam aktivitas *Transfer Pricing*. Dalam studi ini, terdapat 84 perusahaan sektor *consumer non cyilicals* sub-industri makanan (FEB) yang tertera di BEI. Dari populasi yang tersaji, sampel ditarik menggunakan metode *purposive sampling*, ialah pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Sesuai hasil kriteria, Sampel yang digunakan ialah 10 perusahaan masa periode 5 tahun yaitu 2018 hingga 2022.

Pembahasan

Pengaruh Nilai tukar, Perencanaan pajak dan Mekanisme bonus terhadap *Transfer Pricing*

Sesuai output yang tertera, dalam studi ini variabel Nilai tukar, Perencanaan Pajak serta Mekanisme Bonus secara bersamaan berdampak signifikan bagi *Transfer Pricing*, dan hasil batas ambang berada di bawah batas 5% ($0.034181 < 0.05$), hasil didapati H1 diterima. Maka Nilai tukar, Perencanaan Pajak serta Mekanisme Bonus secara bersamaan berdampak signifikan bagi *Transfer Pricing* bagi perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018 hingga 2022.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap *Transfer Pricing*

Hasil output menampilkan tidak memberikan kontribusi bagi *Transfer Pricing*, di ketahuin dari Thitung berada di bawah batas Ttabel ($0.491005 < 1.679$) serta hasil ambang berada diatas batas ($0.6258 > 0.05$), terjadi penolakan H2. Maka secara individual Nilai tukar tidak memberikan dampak bagi *Transfer pricing*. Temuan ini sejalan dengan studi oleh Fidiana (2019) bahwa nilai tukar tidak berefek bagi *transfer pricing*. Sesuai teori kaegenan (*Agency Theory*), salah satu penyebab konflik kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*) adalah adanya kelebihan aliran kas (*excess cash flow*). Pemegang saham cenderung fokus pada arus kas masa depan yang belum pasti, seperti melakukan investasi yang berisiko tinggi dengan harapan mendapatkan hasil yang tinggi pula.

Dampak Perencanaan Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Sesuai output menampilkan variabel perencanaan pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, diketahui dari hasil Thitung berada diatas batas Ttabel ($-2.875479 > 1.679$) serta hasil ambang berada dibawah batas ($0.0061 < 0.05$), terjadi penerimaan. Maka didapati variabel Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Studi ini sejalan dengan temuan wulandari et al. (2021) yang menuturkan perencanaan pajak, yang di ukur *current ETR*, memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, yaitu Penetapan harga transaksi antar-unit usaha di bawah harga pasar bertujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan. Sebaliknya, setelah beban pajak perusahaan berhasil ditekan serendah mungkin, perusahaan mungkin akan cenderung menghindari praktik *transfer pricing*.

Dampak Mekanisme Bonus terhadap *Tranfer Pricing*

Sesuai output tertera X3 tidak memberikan dampak bagi *Transfer Pricing*, diketahui pada Thitung berada di bawah batas Ttabel ($0.860194 < 1.679$) serta hasil ambang ($0.3941 > 0.05$), maka ditarik hasil variabel Mekanisme bonus secara individual tidak berdampak pada *transfer pricing*. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Arfananda at al (2023), yang dijelaskan mekanisme bonus tidak mempengaruhi *transfer pricing*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mekanisme bonus merupakan biaya bagi perusahaan untuk memberikan insentif kepada pengelola usaha, yang dapat mengurangi laba perusahaan.

KESIMPULAN

Studi ini bermaksud mengevaluasi dampak dari Nilai tukar, Perencanaan pajak, dan mekanisme bonus bagi *Transfer Pricing* pada Industri Manufaktur sub sektor *consumer non cyilicals* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, dengan jumlah sampel 10 perusahaan (50 data laporan keuangan). Pengolahan menggunakan Eviews 12 dengan analisis regresi data panel. Berikut hasil penjabaran pada studi, tersaji di bawah ini: Secara simultan nilai tukar, perencanaan pajak dan mekanisme bonus berefek berpengaruh terhadap *Transfer pricing* Hasil ini menunjukkan perusahaan harus mempertimbangkan ketiga faktor ini secara bersamaan dalam pengambilan Keputusan *transfer pricing* untuk memastikan bahwa mereka tetap patuh terhadap peraturan perpajakan yang berlaku, sekaligus mengoptimalkan kinerja yang

kompleks, tetapi juga peluang untuk perencanaan strategis yang efektif. Secara parsial pengaruh nilai tukar terhadap transfer pricing. Pada hasil penelitian variabel nilai tukar tidak berpengaruh pada *Transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi nilai mata tukar mata uang tidak secara langsung mempengaruhi kebijakan penentuan harga transfer antar entitas perusahaan. Faktor-faktor lain seperti kebijakan internal perusahaan, strategi perpajakan, dan kondisi pasar lokal cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menentukan harga transfer. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fidiana (2019) bahwa nilai tukar tidak berefek bagi *transfer pricing*. Secara parsial pengaruh Perencanaan pajak terhadap *Transfer Pricing*. Terlihat hasil penelitian perencanaan pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil ini menunjukkan perencanaan pajak dapat mempengaruhi *transfer pricing* secara negatif ketika perusahaan berusaha meminimalkan beban pajak mereka melalui strategi *transfer pricing* yang agresif. Hal ini sejalan dengan penelitian Rusdiana (2022) hal ini dikarenakan dengan adanya perencanaan pajak yang baik dapat menurunkan minat perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Secara parsial mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini menunjukkan perubahan atau implementasi sistem bonus bagi karyawan atau manajemen tidak secara langsung mempengaruhi kebijakan harga transfer antar bagian atau divisi dalam perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Arfananda et al (2023), pada penelitian ini dijelaskan, hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mekanisme bonus merupakan biaya bagi perusahaan untuk memberikan insentif kepada pengelola usaha, yang dapat mengurangi laba perusahaan.

Keterbatasan penelitian

Meskipun penelitian ini dilakukan dengan sungguh-sungguh tentu masih terdapat keterbatasan yang harus disadari oleh peneliti agar menjadi motivasi bagi peneliti selanjutnya untuk melengkapi kekurangan menjadi motivasi bagi peneliti selanjutnya untuk melengkapi kekurangan dari penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini, ialah: Penelitian ini hanya mengambil 1 variabel saja yaitu pada sektor *consumer non cyilicals*. Penelitian hanya memfokuskan pada perusahaan sektor *consumer non cyilicals*, sehingga hasilnya tidak dapat dijadikan generalisasi untuk seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini hanya meliputi periode lima tahun dari 2018 hingga 2022. Penelitian ini hanya mempertimbangkan empat variabel yaitu nilai tukar, perencanaan pajak, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

Saran

Karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan bahwa penelitian di masa depan dapat menghasilkan hasil yang lebih berkualitas dengan mempertimbangkan beberapa masukan dan saran berikut: Studi berikutnya diharapkan mampu menggunakan variabel pengujian tambahan untuk menentukan apakah variabel-variabel tersebut dapat berdampak pada variabel independen terkait. Studi mendatang diharapkan dapat memperpanjang periode penelitian untuk memperoleh jumlah data yang lebih banyak, yang diharapkan dapat mengurangi kelemahan yang ada dalam penelitian tersebut. Penelitian mendatang sebaiknya melibatkan sampel dari jenis perusahaan selain sektor manufaktur, untuk mengevaluasi seberapa signifikan praktik *transfer pricing* di Industri luar sektor manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, M. (2018). Pengaruh Tax Planning, *Corporate Governance* dan *Deffered Tax Expenses* Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Tercatat di BEI Tahun 2013-2017. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(2), 232-247.

- Agustin, E., & Stiawan, H. (2022). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Transfer Pricing: (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 39-46.
- Ainiyah, S. K., & Fidiana, F. (2019). Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar, Tunneling Incentive Pada Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Multinasional yang Lsting di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(10).
- Andraeni, S. S. (2017). *Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 572-588.
- Ayuningtyas, F., & Pratiwi, A. P. (2022). Pengambilan Keputusan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Multinasional Berdasarkan Multinasionalism, Pemanfaatan Tax Haven Dan Thin Capitalization. *Sumber*, 6, 9.
- Cahyadi, A. S., & Noviyari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441-1473.
- Chandrarin, G. (2017). Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif. Salemba Empat. Jakarta.
- Chasanova, Amelia. *Pengaruh Pajak Mekanisme Bonus Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Indikasi Transfer Pricing Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2009*. Diss. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan, 2021
- Cledy, H., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 247-264.
- Darma, S. S. (2020). Pengaruh pajak, exchange rate, tunneling incentive dan bonus plan terhadap transaksi transfer pricing pada perusahaan multinasional studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(3), 469-478.
- Ghozali, Imam, Dwi Ratmono. 2018. "Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, konsep dan Aplikasi dengan Eviews 10". Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. B., Triadiarti, Y., & Purba, E. L. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, Debt Covenant Dan Intangible Assets Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2017). *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia (JAKPI)*, 7(2), 32-40.
- Gudono, P. (2017). Teori Organisasi. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.
- Hasna, R. U., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Tindakan Transfer Pricing Dengan Komite Sebagai
- 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. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 15(1), 49-59.

- Khoerunnisa, S. N., & Apriliawati, Y. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019-2020. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(3), 637-646.
- Kusuma, H., dan Wijaya B. (2017). Drivers of the Intensity of *Transfer Pricing* : An Indonesian Evidence. Paper dipresentasikan di the Second American Academic Research Conference, New York, USA 28-30 April.
- Makhmudah, N. F., & Djohar, C. (2023). Pengaruh Tax Minimization, Tarif Pajak Efektif, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 429-441.
- Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 156-165.
- Mayantya, S. (2018). Pengaruh tax minimization, mekanisme bonus, kepemilikan asing, exchange rate, dan kualitas audit terhadap keputusan transfer pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016) skripsi Oleh : Nama : Sanintya Mayantya)
- Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm. *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35-44.
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis keputusan transfer pricing berdasarkan pajak, tunneling dan exchange rate. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 171-181.
- Novira, A. R., Suzan, L., & Asalam, A. G. (2020). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 17-23.
- Nurlaila, (2019) Pengaruh Bonus Plan, Kepemilikan Asing, *Exchange Rate*, *Kualitas Audit*, Terhadap Keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2018. Diss. Universitas islam negeri sultan syarif kasim riau, 2021.
- Putri, N., & Mulyani, S. D. (2020, April). Pengaruh Transfer Pricing Dan Kepemilikan Asing Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Moderasi. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 2-4).
- Prananda, A., & Nur Triyanto, D. (2020). Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, dan Kepemilikan Asing Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(2), 212-225.
- Rahmawati, E. Y. (2018). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli, R. (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)* (Doctoral dissertation, Riau University).

- Rossa, E., Ananta, E., Arbatona, I., Christian, J., Maharani, K., & Purba, L. M. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12).
- Rusdiana, R. (2022). *Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Penerapan Transfer Pricing (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Saifudin, S., & Putri, S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Emiten BEI. *Agregat*, 2(1), 32-43.
- Sani, M. S. (2020). Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive Dan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Bongaya Journal Of Research In Management*, 6, 45-52.
- Siregar, A. H. (2022). Pengaruh Mekanisme Bonus, Good Corporate Governance Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjandrakirana, R. (2020, May). Factors That Influence Companies to Transfer Pricing. In *5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019)* (pp. 376-384). Atlantis Press.
- Wicaksananingtyas, C. A., & Sari, S. P. (2019). Pengaruh Effective Tax Rate, Nilai Tukar, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer. *The 9th University Research Colloquium (Urecol)*, 9(3).
- Widiyastuti, E. B., & Asalam, A. G. (2021). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing (studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Wulandari, S., Oktaviani, R. M., & Hardiyanti, W. (2021). Transfer Pricing dari Perspektif Perencanaan Pajak, Tunneling Incentives, dan Aset Tidak Berwujud. *Wahana Riset Akuntansi*, 9(2), 152-162.