



Determinan Fiskal Dan Motivasi Manajerial Terhadap Transfer Pricing Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Fritles Sigalingging^{1*}, Tiolina Evi Nausta Pardede²

^{1,2} Magister Akuntansi, Perbanas Institute Jakarta, Email:

Korespondensi Penulis: holdenfritles@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of effective tax rate, tunneling incentive, and bonus mechanism on transfer pricing practices, with firm size as a moderating variable in automotive companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from annual financial reports and is analyzed using panel data regression. The model selection is conducted through Chow, Hausman, and Lagrange Multiplier tests, along with moderation testing to examine interaction effects. The results show that effective tax rate and bonus mechanism have a positive and significant effect on transfer pricing, while tunneling incentive has no significant effect. Furthermore, firm size is able to moderate the effect of effective tax rate on transfer pricing by strengthening the relationship, but is unable to moderate the effects of tunneling incentive and bonus mechanism. These findings indicate that tax factors and managerial incentives are the primary determinants of transfer pricing practices, while the influence of ownership structure and firm size moderation remains limited.*

Keywords: *Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Firm Size, Transfer Pricing*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh effective tax rate, tunneling incentive, dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan serta dianalisis menggunakan regresi data panel dengan pemilihan model melalui uji Chow, Hausman, dan Lagrange Multiplier serta uji moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa effective tax rate dan mekanisme bonus berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing, sedangkan tunneling incentive tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh effective tax rate terhadap transfer pricing dengan arah memperkuat, namun tidak mampu memoderasi pengaruh tunneling incentive dan mekanisme bonus. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor pajak dan insentif manajerial menjadi determinan utama dalam praktik transfer pricing, sementara pengaruh struktur kepemilikan dan moderasi ukuran perusahaan bersifat terbatas.

Kata kunci: Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Transfer Pricing

1. LATAR BELAKANG

Transformasi industri otomotif global dalam satu dekade terakhir ditandai oleh pergeseran menuju kendaraan listrik (*electric vehicle/EV*) sebagai respons terhadap tuntutan keberlanjutan dan tekanan regulasi lingkungan. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi preferensi pasar, tetapi juga mendorong transformasi struktur industri, model bisnis, dan strategi perusahaan otomotif menjadi lebih berbasis teknologi dan terintegrasi secara global. Di Indonesia, perkembangan EV didorong oleh kebijakan pemerintah melalui insentif fiskal, pengembangan ekosistem baterai, dan pembangunan

infrastruktur pendukung, yang berdampak pada strategi investasi dan operasional perusahaan otomotif.

Selain itu, periode penelitian juga mencakup dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan gangguan rantai pasok, penurunan permintaan, serta tekanan terhadap kinerja industri otomotif. Kondisi ini mendorong perusahaan multinasional melakukan efisiensi dan restrukturisasi, termasuk dalam pengelolaan transaksi intra-grup. Tingginya keterlibatan perusahaan multinasional di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan oleh 22 perusahaan otomotif yang memiliki fasilitas produksi dan investasi (Rizki, 2025), memperkuat karakter industri yang terintegrasi secara global dan meningkatkan intensitas transaksi afiliasi.

Dalam konteks tersebut, praktik transfer pricing menjadi isu penting karena kompleksitas transaksi lintas negara dan keterlibatan aset tidak berwujud. Data menunjukkan peningkatan signifikan transaksi afiliasi dari Rp6.248 triliun pada 2021 menjadi Rp10.360 triliun pada 2022, dengan koreksi pajak lebih dari Rp6 triliun (DDTC, 2025). Kasus sengketa pajak pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia juga menunjukkan adanya indikasi praktik transfer pricing melalui pengalihan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak lebih rendah (Purwanti et al., 2025).

Secara empiris, faktor-faktor yang memengaruhi *transfer pricing* seperti *effective tax rate (ETR)*, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. ETR ditemukan berpengaruh dalam beberapa penelitian (Ferisha & Sahara, 2025), namun tidak signifikan dalam penelitian lain (Anwar & Sadewa, 2025; Suwandi et al., 2023; Yudhistira et al., 2023). *Tunneling incentive* terbukti berpengaruh dalam beberapa studi (Anwar & Sadewa, 2025; Candrawatia & Ariani, 2025; Nehayati & Mardjono, 2025), namun tidak konsisten (Sudarmanto et al., 2023; Selfianaa & Ulynnuha, 2026). Mekanisme bonus dan ukuran perusahaan juga menunjukkan hasil yang beragam (Rochmah & Wardhani, 2025; Muslichah, 2022), serta berperan sebagai variabel moderasi dalam beberapa penelitian (Hidayati et al., 2021; Yudhistira et al., 2023).

Ketidakkonsistenan tersebut menunjukkan adanya research gap bahwa praktik transfer pricing tidak dapat dijelaskan secara sederhana, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor pajak, nonpajak, serta karakteristik industri dan kondisi eksternal seperti pandemi COVID-19 (Ramadhan & Pardede, 2025). Industri otomotif Indonesia menjadi

konteks yang relevan karena menghadapi tekanan ganda berupa disrupsi pandemi dan transformasi menuju kendaraan listrik, yang meningkatkan kompleksitas transaksi filiasi. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menganalisis pengaruh *effective tax rate*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya serta menjadi dasar bagi regulator dalam merumuskan kebijakan pengawasan transfer pricing yang lebih efektif dan adaptif.

2. KAJIAN TEORITIS

Grand Theory

Penelitian ini menggunakan *Teori Agensi (Agency Theory)* dan *Teori Signaling (Signaling Theory)* sebagai landasan utama. Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik (principal) dan manajemen (agent) yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan akibat asimetri informasi (Yang et al., 2025). Dalam konteks perusahaan otomotif multinasional, konflik ini tidak hanya terjadi antara pemegang saham dan manajemen, tetapi juga antara pemegang saham pengendali dan nonpengendali. Kondisi tersebut mendorong munculnya perilaku oportunistik, salah satunya melalui praktik transfer pricing untuk tujuan efisiensi pajak atau pengalihan laba.

Effective tax rate (ETR), *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus merupakan faktor internal yang dalam perspektif teori agensi dapat mendorong manajemen melakukan kebijakan transfer pricing. Sementara itu, ukuran perusahaan berperan dalam menentukan tingkat kompleksitas dan pengawasan, sehingga berpotensi memoderasi hubungan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh teori signaling yang menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal melalui kebijakan dan laporan keuangan. Dalam konteks ini, praktik transfer pricing dapat menjadi sinyal terkait transparansi, risiko pajak, dan kualitas tata kelola perusahaan (Rochmah & Wardhani, 2025). ETR yang rendah, intensitas transaksi afiliasi, serta struktur kepemilikan dapat memberikan sinyal positif maupun negatif bagi investor dan regulator. Dengan demikian, kombinasi teori agensi dan signaling digunakan untuk menjelaskan motivasi internal perusahaan serta persepsi eksternal terhadap praktik transfer pricing.

Definisi

Transfer pricing merupakan kebijakan penentuan harga atas transaksi antar pihak berelasi dalam satu grup usaha, baik berupa barang, jasa, maupun aset tidak berwujud (OECD, 2022). Praktik ini diperbolehkan sepanjang sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principle*), namun sering dimanfaatkan sebagai instrumen pengalihan laba lintas negara (Mulya et al., 2023). *Effective tax rate (ETR)* adalah rasio yang menggambarkan beban pajak riil yang ditanggung perusahaan terhadap laba sebelum pajak. ETR sering digunakan sebagai indikator agresivitas pajak dan efisiensi perencanaan pajak perusahaan (Ferisha & Sahara, 2025).

Tunneling incentive merujuk pada dorongan pemegang saham pengendali untuk mengalihkan sumber daya perusahaan melalui transaksi afiliasi demi kepentingan pribadi, yang mencerminkan konflik antara pemegang saham mayoritas dan minoritas (Anwar & Sadewa, 2025). Mekanisme bonus adalah sistem kompensasi berbasis kinerja yang diberikan kepada manajemen, umumnya berdasarkan laba. Skema ini dapat mendorong perilaku oportunistik dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk transfer pricing (Muslichah, 2022).

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasi perusahaan yang biasanya diukur melalui total aset atau penjualan. Perusahaan besar memiliki kompleksitas operasional dan kemampuan perencanaan pajak yang lebih tinggi, namun juga menghadapi pengawasan yang lebih ketat (Yudhistira et al., 2023).

Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa praktik transfer pricing dipengaruhi oleh berbagai faktor internal perusahaan, meskipun hasilnya belum konsisten. Ferisha dan Sahara (2025) menemukan bahwa *effective tax rate*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing. Anwar dan Sadewa (2025) serta Candrawatia dan Ariani (2025) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* merupakan faktor dominan. Namun, penelitian lain seperti Suwandi et al. (2023) dan Selfianaa dan Ulynnuha (2026) menemukan bahwa beberapa variabel tersebut tidak selalu berpengaruh signifikan.

Selain itu, ukuran perusahaan terbukti dapat memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap transfer pricing (Hidayati et al., 2021; Yudhistira et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa praktik transfer pricing dipengaruhi oleh kombinasi faktor pajak, kepemilikan, insentif manajerial, dan karakteristik perusahaan.

Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Effective tax rate berpengaruh terhadap transfer pricing.

H₂: Tunneling incentive berpengaruh terhadap transfer pricing.

H₃: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing.

H₄: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh effective tax rate terhadap transfer pricing.

H₅: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh tunneling incentive terhadap transfer pricing.

H₆: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap transfer pricing.

Dengan demikian, ukuran perusahaan secara konseptual berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara faktor pajak dan nonpajak terhadap praktik *transfer pricing*, khususnya pada perusahaan otomotif di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel penelitian. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *effective tax rate*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing, serta menilai peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Desain penelitian yang digunakan bersifat kausalitas dengan memanfaatkan data laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan secara resmi. Data tersebut mencakup informasi mengenai beban pajak, struktur kepemilikan, kebijakan kompensasi manajemen, ukuran perusahaan, serta transaksi dengan pihak berelasi yang merepresentasikan praktik transfer pricing. Analisis dilakukan menggunakan regresi data panel dan analisis moderasi sehingga memungkinkan pengujian pengaruh langsung maupun interaksi variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai determinan praktik transfer pricing serta kontribusi empiris bagi literatur akuntansi perpajakan.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan secara konsisten mempublikasikan laporan

keuangan selama periode 2020–2024. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini didasarkan pada teori agensi dan teori signaling yang menekankan adanya konflik kepentingan dan asimetri informasi antara pemegang saham dan manajemen dalam pengambilan keputusan keuangan. Variabel dependen yaitu transfer pricing diproksikan melalui rasio piutang pihak berelasi terhadap total piutang (Anwar & Sadewa, 2025). Variabel independen terdiri dari effective tax rate yang diukur melalui perbandingan beban pajak terhadap laba sebelum pajak (Anwar & Sadewa, 2025), tunneling incentive yang diproksikan melalui proporsi kepemilikan saham terbesar (Rochmah & Wardhani, 2025), serta mekanisme bonus yang diukur melalui perbandingan laba tahun berjalan dengan laba tahun sebelumnya (Rochmah & Wardhani, 2025). Sementara itu, ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi diukur menggunakan logaritma natural total aset (Hidayati et al., 2021). Seluruh pengukuran tersebut mengacu pada literatur empiris akuntansi perpajakan dan transfer pricing terkini.

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang memenuhi kriteria tertentu, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi tersebut (S. Bahri, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024 sebanyak 17 perusahaan. Pemilihan sektor ini didasarkan pada karakteristik perusahaan multinasional yang memiliki intensitas transaksi pihak berelasi yang tinggi serta kompleksitas rantai pasok global yang berpotensi mendorong praktik transfer pricing. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan yang terdaftar secara konsisten, menerbitkan laporan keuangan lengkap, dan memiliki transaksi afiliasi selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 11 perusahaan sebagai sampel dengan total observasi sebanyak 55 data.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti melalui pihak ketiga (S. Bahri, 2019), dalam hal ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia maupun website masing-masing perusahaan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan menelaah laporan keuangan perusahaan sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Data yang

dikumpulkan meliputi informasi terkait transaksi pihak berelasi, beban pajak, struktur kepemilikan, serta ukuran perusahaan.

Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan regresi data panel. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum terhadap variabel penelitian melalui nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum (Bahri, 2018). Selanjutnya, regresi data panel digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dengan mengombinasikan data time series dan cross section (Syaiful Bahri, 2018). Model regresi yang digunakan meliputi Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Pemilihan model terbaik dilakukan melalui uji Chow untuk membandingkan CEM dan FEM, uji Hausman untuk menentukan FEM atau REM, serta uji Lagrange Multiplier untuk memilih antara CEM dan REM. Pengujian asumsi klasik dilakukan melalui uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF), di mana nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas (Syaiful Bahri, 2018). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji kesamaan varians residual, di mana nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas (Syaiful Bahri, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen serta uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (Syaiful Bahri, 2018). Selain itu, pengujian moderasi dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan memasukkan variabel interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi untuk mengetahui peran ukuran perusahaan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan terhadap transfer pricing (Utomo & Fitria, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Pemilihan sektor ini didasarkan pada karakteristik industri yang memiliki tingkat keterkaitan transaksi afiliasi yang tinggi, integrasi global, serta potensi praktik transfer pricing yang signifikan. Dari total populasi sebanyak 17 perusahaan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 11 perusahaan sebagai sampel akhir dengan total 55

observasi setelah penghapusan outlier. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan secara resmi di BEI dan website perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan secara dokumentasi dengan mengumpulkan laporan keuangan perusahaan periode 2020–2024. Seluruh data dinyatakan layak olah setelah dilakukan proses seleksi sampel dan pengujian outlier untuk memastikan kualitas data. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga dapat digunakan untuk analisis regresi data panel. Karakteristik data menunjukkan bahwa perusahaan dalam sampel memiliki variasi dalam ukuran perusahaan, beban pajak, struktur kepemilikan, serta mekanisme insentif manajerial. Kondisi ini memperkuat relevansi penelitian karena variasi tersebut mencerminkan dinamika nyata dalam praktik transfer pricing di perusahaan multinasional sektor otomotif di Indonesia.

Analisis Model Regresi Data Panel

Tabel 1 Random Effect Model (REM)

Uji Model	Hasil
Uji Chow	FEM terpilih
Uji Hausman	REM terpilih
Uji Lagrange Multiplier	REM terpilih

Berdasarkan hasil pengujian model, Random Effect Model (REM) dipilih sebagai model terbaik karena lebih efisien dan tidak terdapat korelasi antara efek individual dengan variabel independen. Dengan demikian, analisis utama dalam penelitian ini menggunakan REM.

Tabel 2 statistik deskriptif

Deskripsi	Y	X1	X2	X3	Z
Mean	0.280	19.470	0.630	0.390	19.220
Max	0.900	43.880	1.000	3.480	22.460
Min	0.000	-34.220	0.330	-7.600	12.730
Std. Dev	0.270	13.300	0.230	1.950	2.960

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel effective tax rate dan mekanisme bonus memiliki variasi yang cukup tinggi, sedangkan tunneling incentive relatif homogen. Variasi ini menunjukkan bahwa data memiliki karakteristik yang cukup baik untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi data panel.

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 3 Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.36724	0.50109	-0.73288	0.4671
X ₁	0.00222	0.00109	2.03296	0.0474
X ₂	0.33606	0.31674	1.06097	0.2938
X ₃	0.01603	0,00750	2.13664	0.0375
Z	0.02043	0.002540	0.85302	0.3977

Hasil pengujian menunjukkan bahwa effective tax rate (X₁) dan mekanisme bonus (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing, sedangkan tunneling incentive (X₂) dan ukuran perusahaan (Z) tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 4 Adjusted R²

R-Squared	0.917360	Mean Dependent Var	0.286384
Adjusted R-Squared	0.888436	S.D. Dependent Var	0.277468

Nilai Adjusted R² sebesar 0,888436 menunjukkan bahwa 88,84% variasi transfer pricing dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang sangat kuat.

Analisis Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap hubungan variabel independen dengan transfer pricing (Utomo & Fitria, 2021).

Tabel 5 Moderated Regression Analysis (MRA)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.288596	0.14335	2.01314	0.0498
X1Z	0.047156	0.00052	90.4276	0.0000
X2Z	-6.910000	4.16000	-1.66121	0.1033
X3Z	0.013088	0.01295	1.01010	0.3176

Hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh effective tax rate terhadap transfer pricing secara signifikan. Namun, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan tunneling incentive maupun mekanisme bonus terhadap transfer pricing.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian regresi data panel menggunakan Random Effect Model (REM), menunjukkan bahwa Effective Tax Rate (ETR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik transfer pricing dengan koefisien sebesar 0,00222, t-statistic 2,03296, dan probabilitas 0,0474 (< 0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi beban pajak yang ditanggung perusahaan, semakin besar kecenderungan

perusahaan melakukan transfer pricing. Kondisi ini tercermin pada beberapa perusahaan seperti GJTL dan MASA yang menunjukkan fluktuasi ETR yang ekstrem, termasuk nilai negatif, yang mencerminkan tekanan pajak dan strategi pengelolaan beban pajak yang diikuti variasi transaksi pihak berelasi. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan Agency Theory yang menjelaskan adanya konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, di mana manajemen memiliki insentif untuk memaksimalkan laba setelah pajak melalui tax planning, termasuk transfer pricing. Dalam perspektif tax avoidance, ETR yang tinggi mendorong perusahaan melakukan penghindaran pajak secara legal melalui transaksi afiliasi. Hasil ini didukung oleh Ferisha & Sahara (2025) serta Sari et al. (2025), namun tidak sejalan dengan Anwar & Sadewa (2025), Yudhistira et al. (2023), dan Suwandi et al. (2023) yang menemukan hasil tidak signifikan. Dalam konteks perusahaan otomotif dan komponen Indonesia periode 2020–2024, temuan ini relevan karena tekanan profitabilitas pasca pandemi mendorong perusahaan lebih agresif dalam perencanaan pajak. Meskipun demikian, hasil ini tetap perlu diinterpretasikan dengan hati-hati karena keterbatasan sampel sebanyak 11 perusahaan setelah outlier, sehingga generalisasi masih terbatas.

Selanjutnya, Tunneling Incentive tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing dengan koefisien 0,33606, t-statistic 1,06097, dan probabilitas 0,2938 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan saham pengendali tidak selalu mendorong praktik pengalihan laba. Data menunjukkan bahwa perusahaan dengan kepemilikan tinggi seperti INDS dan IKBI tidak selalu memiliki transfer pricing yang tinggi secara konsisten. Dalam perspektif Agency Theory, meskipun tunneling dapat terjadi akibat konflik pemegang saham mayoritas dan minoritas, hasil ini menunjukkan bahwa mekanisme pengawasan, regulasi, dan transparansi laporan keuangan mampu membatasi praktik tersebut. Hasil ini sejalan dengan Anwar & Sadewa (2025), Selfianaa & Ulynnuha (2026), serta Sudarmanto et al. (2023), namun bertentangan dengan Ferisha & Sahara (2025), Rochmah & Wardhani (2025), Nehayati & Mardjono (2025), dan Hidayati et al. (2021). Dalam konteks penelitian ini, tidak signifikannya tunneling incentive juga dapat disebabkan oleh karakteristik industri otomotif yang memiliki tata kelola relatif ketat serta adanya pengawasan regulator dan investor publik.

Berbeda dengan itu, Mekanisme Bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing dengan koefisien 0,01603, t-statistic 2,13664, dan probabilitas 0,0375 ($<$

0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa sistem kompensasi berbasis laba mendorong manajer untuk meningkatkan kinerja keuangan melalui berbagai cara, termasuk transfer pricing. Dalam data penelitian, beberapa perusahaan seperti MASA menunjukkan peningkatan laba yang konsisten yang mengindikasikan adanya dorongan insentif manajerial. Secara teoritis, hasil ini sesuai dengan Agency Theory yang menjelaskan bahwa manajer akan bertindak oportunistik ketika kompensasi dikaitkan dengan laba. Hasil ini didukung oleh Ferisha & Sahara (2025), Rochmah & Wardhani (2025), dan Sari et al. (2025), namun bertentangan dengan Candrawatia & Ariani (2025), Muslichah (2022), dan Selfianaa & Ulynnuha (2026). Dengan demikian, mekanisme bonus terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong *transfer pricing*, khususnya dalam kondisi pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memperkuat pengaruh *Effective Tax Rate* terhadap transfer pricing secara signifikan (koefisien 0,047156; t-statistic 90,4276; p-value 0,0000). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar lebih sensitif terhadap beban pajak dan memiliki kemampuan lebih besar dalam melakukan transfer pricing. Dalam perspektif Agency Theory, perusahaan besar memiliki konflik keagenan yang lebih kompleks, sehingga memberikan ruang lebih besar bagi manajemen untuk melakukan pengelolaan pajak. Selain itu, berdasarkan Signaling Theory, perusahaan besar juga terdorong menjaga persepsi pasar sehingga cenderung melakukan strategi pengelolaan laba. Temuan ini didukung oleh Hidayati et al. (2021) dan Yudhistira et al. (2023).

Namun, Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan Tunneling Incentive terhadap transfer pricing (koefisien -6,910000; p-value 0,1033). Hal ini menunjukkan bahwa praktik tunneling lebih ditentukan oleh struktur kepemilikan dan kontrol pemegang saham mayoritas, bukan skala perusahaan. Baik perusahaan besar maupun kecil tetap memiliki potensi yang sama dalam praktik tunneling selama terdapat kepemilikan terkonsentrasi. Temuan ini sejalan dengan Zuliana et al. (2024) dan Anwar & Sadewa (2025).

Demikian pula, Ukuran Perusahaan juga tidak mampu memoderasi hubungan Mekanisme Bonus terhadap transfer pricing (koefisien 0,013088; p-value 0,3176). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh insentif bonus terhadap perilaku manajerial tidak dipengaruhi oleh skala perusahaan, melainkan oleh desain sistem kompensasi itu sendiri.

Selama bonus berbasis laba, maka potensi perilaku oportunistik tetap ada baik pada perusahaan besar maupun kecil. Hasil ini sejalan dengan Muslichah (2022), Candrawatia & Ariani (2025), serta Selfianaa & Ulynnuha (2026).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transfer pricing terutama dipengaruhi oleh faktor pajak (ETR) dan insentif manajerial (mekanisme bonus), sedangkan tunneling incentive tidak terbukti signifikan. Ukuran perusahaan hanya berperan sebagai penguat dalam hubungan ETR terhadap transfer pricing, tetapi tidak berperan sebagai moderator pada hubungan lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa determinan utama transfer pricing dalam penelitian ini adalah tekanan pajak dan sistem insentif manajemen, sedangkan faktor kepemilikan dan ukuran perusahaan bersifat kontekstual dan terbatas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Effective Tax Rate (ETR)* dan Mekanisme Bonus berpengaruh positif signifikan terhadap *Transfer Pricing*, yang mengindikasikan bahwa tekanan pajak dan insentif berbasis laba menjadi pendorong utama praktik pengalihan laba perusahaan, sedangkan *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh signifikan sehingga praktik transfer pricing tidak selalu digunakan sebagai sarana ekspropriasi oleh pemegang saham pengendali. Selain itu, Ukuran Perusahaan terbukti memperkuat pengaruh ETR terhadap *Transfer Pricing*, namun tidak mampu memoderasi hubungan *Tunneling Incentive* maupun Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*, yang menunjukkan bahwa struktur kepemilikan dan desain kompensasi lebih bersifat determinan internal dibandingkan skala perusahaan dalam memengaruhi keputusan transfer pricing. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan proksi transfer pricing berbasis laporan keuangan yang tidak dapat menangkap praktik secara langsung, kesulitan membedakan motif pajak dan non-pajak, keterbatasan dalam menggali kebijakan internal perusahaan karena hanya menggunakan data sekunder, serta adanya penghapusan data outlier yang membatasi jumlah sampel dan generalisasi hasil. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sektor dan periode penelitian, menambahkan variabel lain seperti *leverage*, *corporate governance*, dan *exchange rate*, menggunakan proksi alternatif transfer pricing yang lebih robust, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dengan kualitatif agar mampu menangkap motivasi dan strategi perusahaan secara lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, R., & Sadewa, P. (2025). Pengaruh Tunneling Incentive, Beban Pajak, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(5), 40–58.
- Bahri, Syaiful. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Bahri, S. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Penerbit Andi.
- Candrawatia, A., & Ariani, R. K. (2025). Pengaruh Tunneling Incentive, Leverage, Manajemen Pajak, Profitabilitas, Exchange Rate, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6, 1313–1326.
- DDTC. (2025). Wah, Transaksi Intragrup Naik! Perlu Pahami Transfer Pricing. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/komunitas/agenda/1808553/wah-transaksi-intragrup-naik-perlu-pahami-transfer-pricing?>
- Ferisha, L. S., & Sahara, L. I. (2025). pengaruh Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(6), 5637–5643. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2855>
- Hidayati, W. N., Sanulika, A., & Sylvatica, A. (2021). Pengaruh Tax Minimization, Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *EkoPreneur Ni*, 2(2), 271–286. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/EPR>
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 172 Tahun 2023 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran Dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Yang Dipengaruhi Hubungan Istimewa, (2023).
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research* (IV). Wadsworth.
- Mulya, K. S., Harjo, D., Kumala, R., Latif, I. N., Evi, T., Ambarwati, Irawati, Hambali, M. L., Agustianto, J. P., Hidayati, M., Yuliawan, Nugraha, R., Rahmadi, H., Joachim, H., & Wasesa, T. (2023). *Buku Akuntansi Perpajakan: Teori, Landasan Hukum & Studi Kasus* (Juni 2023). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Muslichah, A. D. (2022). Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *AFRE Accounting and Financial Review*, 5(3), 198. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/afr.v5i3.8206>
- Nehayati, N., & Mardjono, E. S. (2025). Transfer Pricing Decision Based on Bonus, Tunneling Incentives and Mediating of Tax Minimisation. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- OECD. (2022). *OECD FORUM ON TAX ADMINISTRATION Tax Administration 3 . 0 and Connecting with Natural Systems Initial Findings Tax Retail Welfare Business data & events Other agencies Banks a Interna agen Tax Administration 3 . 0 and Connecting with Natural Systems Initi.*
- Purwanti, P., Nurhasanah, A., & Puspita, W. Della. (2025). Pengaruh Transfer Pricing Perusahaan Induk dan Cabang Skala Multinasional pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 280–292. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1101>
- Ramadhan, W. D., & Pardede, T. E. N. (2025). Reformasi Pajak Berbasis Keadilan dan Kepastian Hukum: Strategi Efektif Mengurangi Sengketa Pajak dan Meningkatkan Efisiensi Sistem Perpajakan. *PKN: Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 7(1), 63–

70.

- Undang-Undang Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008, Kemenkeu RI 1 (2008).
- Rizki, R. (2025). *Daftar 10 Produsen Mobil Terbesar Februari 2025: Toyota hingga Wuling*. Bisnis.Com.
- Rochmah, A., & Wardhani, N. K. (2025). The Impact of Tunneling Incentive Bonus Mechanism and Debt Covenant on Transfer Pricing. *Jurnal MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 9(1), 1760–1766. <https://doi.org/10.46799/ar1.v8i7.430>
- Sari, N. A., Rambe, R. F., & Arifin, S. B. (2025). Pengaruh Beban Pajak , Bonus Mechanism , Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Merupakan Perusahaan Multinasional Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2023. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 30362–30374.
- Schaper, J., & Winkelmann, R. (2024). *Random effects panel data models with known heteroskedasticity*. 7041(445), 445. <https://doi.org/10.5167/uzh-259907>
- Selfianaa, E., & Ulynnuha, O. I. (2026). Pengaruh Pajak Penghasilan , Nilai Tukar , Insentif Tunneling Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Community Engagement & Emergence Journal*, 7, 1004–1013.
- Sudarmanto, E., Aulia, T. Z., & Putri, R. L. (2023). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Profitabilitas terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01), 215–230. <https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.437>
- Suwandi, A. M., Crystalin, A. R., Alyssa, C. T., Tjandra, F. G., & Lingga, I. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transfer Pricing. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 7(2), 139–145. <https://doi.org/10.32897/jsikap.v7i2.2335>
- Utami, M., & Yanti, H. B. (2025). The Effect Of Income Tax Rate, Bonus Mechanism, And Tunneling Incentives On Transfer Pricing (Empirical Study Of Multinational Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange 2018 - 2022). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(4), 4157–4172. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v13i4.8219>
- Utomo, A. B., & Fitria, G. N. (2021). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Capital Intensity dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 231–246. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18800>
- Yang, Y., Gao, S., & Huang, H. Z. (2025). Sustainability Agency Theory: A New Agency Framework for Social Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 17(11), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su17114778>
- Yudhistira, L., Munthe, I. L. S., & Sari, R. Y. (2023). Pengaruh Effective Tax Rate, Bonus Scheme, Tunneling Incentive, dan Leverage terhadap Transfer Pricing dengan Size sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 6(2), 9–24. <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/jiafi/article/view/5461>
- Zuliana, E., Soerono, A. N., & Tjahjono, M. E. S. (2024). the Influence of Tax Avoidance, Tunneling Incentives and Bonus Mechanism on Transfer Pricing With Leverage As a Moderation Variable. *Review of Accounting and Taxation*, 3(1), 52–69. <https://doi.org/10.61659/reaction.v3i1.183>