

**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)**

***The Effect of Effective Tax Rate, Bonus Scheme, Tunneling Incentive, and Leverage on Transfer Pricing with Size as a Moderating Variable*
(Study on Manufacturing Companies Registered on the IDX for the 2018-2021 Period)**

Luthfi Yudhistira¹, Inge Lengga Sari Munthe², Rizki Yuli Sari³

^{1,2,3}Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia
Email: luthfiy19@gmail.com

ABSTRAK

Transfer pricing merupakan harga transaksi yang termasuk dalam setiap produk atau jasa dari satu perusahaan ke perusahaan lain atau dari satu industri ke industri lain dengan perusahaan yang sama atau berbeda dan memiliki hubungan istimewa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *effective tax rate*, *bonus scheme*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing* dengan *size* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *bonus scheme*, *tunneling incentive*, *leverage*, dan *size* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing*. Sedangkan *effective tax rate* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing*. *Size* mampu memoderisasi pengaruh *bonus scheme*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing*. Namun, *size* tidak mampu memoderisasi pengaruh *effective tax rate* terhadap *transfer pricing*.

Kata Kunci: *transfer pricing*, *effective tax rate*, *bonus scheme*, *tunneling incentive*, *leverage*

ABSTRACT

Transfer pricing is a transaction price that is included in every product or service from one company to another or from one industry to another with the same or different companies and has a special relationship. This study aims to determine the effect of effective tax rates, bonus schemes, tunneling incentives, and leverage on transfer pricing with size as a moderating variable in manufacturing companies listed on the IDX for the 2018-2021 period. The analytical method used is logistic regression analysis and *Moderated Regression Analysis* (MRA). The results of the study show that the bonus scheme, tunneling incentive, leverage, and size have a partial effect on transfer pricing. Meanwhile, the effective tax rate has no partial effect on transfer pricing. Size is able to moderate the effect of bonus schemes, tunneling incentives, and leverage on transfer pricing. However, size is unable to moderate the effect of the effective tax rate on transfer pricing.

Keywords: *transfer pricing*, *effective tax rate*, *bonus scheme*, *tunneling incentive*, *leverage*

PENDAHULUAN

Meluasnya ekspansi bisnis, baik di luar negeri maupun di Indonesia, merupakan tanda perkembangan globalisasi. Upaya perusahaan untuk mengembangkan usaha tidak diragukan lagi ditujukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Salah satu bentuk fenomena ekspansi bisnis adalah berdirinya perusahaan multinasional, yang memungkinkan terciptanya hubungan antar perusahaan dalam suatu grup. Meningkatnya perkembangan perusahaan multinasional sebagai akibat dari internasionalisasi perekonomian tentunya tidak terlepas dari prinsip perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang besar dengan cara mengurangi pembayaran kewajiban perpajakan serendah-rendahnya. Salah satu strategi untuk mengurangi pembayaran kewajiban perpajakan adalah dengan meminimalkan nilai pajak nominal melalui *transfer pricing*.

Transfer pricing merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Refgia, Ratnawati, & Rusli, 2017). Dengan *transfer pricing*, perusahaan dapat menentukan transaksi antar anggota divisi dimana nilai transaksi yang telah ditetapkan bisa menyimpang dari harga pasar. Akan tetapi, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari kewajiban perpajakan yang besar dengan cara mengecilkan harga transfer sehingga beberapa negara terkena dampak negatif yakni penerimaan pajak yang lebih kecil dari yang seharusnya.

Tujuan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah mentransfer keuntungan atau pendapatan yang diperoleh kepada perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga beban pajak perusahaan akan lebih rendah dan keuntungan yang diperbesar oleh perusahaan semakin tinggi. Hal tersebut tentunya mempengaruhi jumlah pendapatan pajak negara, padahal pajak merupakan penyumbang utama pendapatan bagi negara. Permasalahan *transfer pricing* ini sulit untuk diselesaikan karena terdapat perbedaan kepentingan diantara perusahaan dan pemerintah mengakibatkan kasus *transfer pricing* sebagai isu yang masih tergolong menarik saat ini (Bhuidiyanti & Suryarini, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *transfer pricing* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pajak, tetapi dapat dipengaruhi faktor lain seperti mekanisme bonus (*bonus scheme*), *tunneling incentive*, *leverage*, dan ukuran perusahaan (*size*). Pada penelitian Miraza, Bakkareng, dan Delvianti (2022) menunjukkan bahwa *bonus scheme* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Miraza, penelitian yang dilakukan Siregar (2022) menunjukkan bahwa *bonus scheme* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dalam penelitian Handayani (2021) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pada penelitian Deanti (2017) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian Sulistyowati dan Kananto (2019) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun, pada penelitian Nisa, Wahidahwati, dan Bambang (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kemudian, pada penelitian Sulistyowati dan Kananto (2019) menyatakan bahwa *size* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini berbeda dengan penelitian Hikmatin dan Suryarini (2019) yang menunjukkan hasil bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa masih terdapat *research gap* antara penelitian satu dengan penelitian lainnya. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "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)". Maka, tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui pengaruh *effective tax rate* terhadap *transfer pricing*; 2) Untuk mengetahui pengaruh *bonus scheme* terhadap *transfer pricing*; 3) Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*; 4) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*; 5) Untuk mengetahui pengaruh *size* terhadap *transfer pricing*; 6) Untuk mengetahui pengaruh *effective tax rate* terhadap *transfer pricing* dengan dimoderisasi oleh *size*; 7) Untuk mengetahui pengaruh *bonus scheme* terhadap *transfer pricing* dengan dimoderisasi oleh *size*; 8) Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dengan dimoderisasi oleh *size*; dan 9) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing* dengan dimoderisasi oleh *size*.

LANDASAN TEORI

Teori Agensi (Agency Theory)

Teori keagenan menggambarkan hubungan antara manajemen dan pemegang saham dalam perusahaan dengan asumsi bahwa setiap individu ingin memenuhi kebutuhan pribadinya. Masalah keagenan muncul ketika manajemen dipisahkan dari kepemilikan perusahaan, dan teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh agen untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar kepada negara.

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal membahas bagaimana sinyal kesuksesan atau kegagalan manajemen harus disampaikan kepada pemilik perusahaan untuk mengurangi asimetri informasi. Teori sinyal oleh Spence menjelaskan bahwa sinyal merupakan upaya pemberi informasi untuk memberikan informasi yang akurat kepada pihak lain, agar dapat membuat keputusan investasi yang baik meskipun dalam situasi ketidakpastian. Pengumuman perusahaan dapat diinterpretasikan sebagai sinyal positif atau negatif bagi investor untuk menentukan apakah akan melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Sinyal positif menandakan prospek yang baik, sedangkan sinyal negatif menandakan sebaliknya.

Transfer Pricing

Teori *transfer pricing* menjelaskan tentang nilai atau harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisi dalam satu perusahaan atau antar perusahaan afiliasi. Proses *transfer pricing* ini menentukan pendapatan yang diperoleh masing-masing pihak dari transaksi tersebut. Praktik *transfer pricing* dapat terjadi karena adanya hubungan khusus antar perusahaan dalam kelompok internasional yang memungkinkan mereka untuk menetapkan harga *transfer* secara bersama-sama. Oleh karena itu, *transfer pricing* memiliki kaitan yang erat dengan masalah keagenan dalam perusahaan, yaitu ketika manajemen perusahaan memisahkan diri dari kepemilikan.

Effective Tax Rate

Pajak adalah pembayaran wajib kepada negara oleh wajib pajak yang digunakan untuk membiayai tugas-tugas negara. Wajib pajak sering melakukan penghindaran pajak seperti *tax avoidance*. Untuk mengetahui seberapa besar aktivitas *tax evasion* pada suatu perusahaan, bisa dilakukan dengan menggunakan rasio *Effective Tax Rate* (ETR) yang membandingkan total biaya pajak penghasilan perusahaan terhadap penghasilan sebelum pajak.

Bonus Scheme

Bonus scheme adalah mekanisme untuk menghitung besarnya bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham kepada anggota direksi yang dianggap memiliki kinerja baik. Namun, praktik *transfer pricing* dapat menyebabkan kerugian pada salah satu divisi atau sub-unit dalam perusahaan. *Bonus scheme* dilihat berdasarkan tim yang bervariasi di berbagai divisi dalam satu perusahaan dan harus bersedia untuk saling membantu.

Tunneling Incentive

Tunneling adalah praktik bisnis di mana pemegang saham mayoritas atau orang dalam perusahaan tingkat tinggi mengarahkan aset perusahaan kepada diri mereka sendiri untuk keuntungan pribadi. Praktik ini dapat menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas dan sering ditemukan di pasar negara berkembang karena kontrol pemerintah dan peraturan yang tidak cukup untuk mencegahnya. *Tunneling* muncul karena masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas yang memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda.

Leverage

Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio ini menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang dari pihak eksternal. Perusahaan yang menggunakan utang terlalu tinggi akan berisiko tinggi terjebak dalam utang yang sulit untuk diatasi, juga sebagai rasio solvabilitas yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan mengelola aset dengan utang.

Size

Size atau ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula arus kas positif dan prospek jangka panjang yang diharapkan, serta semakin stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi. Namun, perusahaan dengan aset yang besar juga dapat menghadapi kompleksitas yang lebih besar dalam pengambilan keputusan manajemen.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Effective Tax Rate* Terhadap *Transfer Pricing*

Perusahaan multinasional cenderung melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan. Tindakan *transfer pricing* dapat dilakukan dengan menaikkan harga beli atau menurunkan harga jual antar perusahaan yang tergabung dalam grup yang sama. Semakin tinggi tarif pajak suatu negara, semakin besar kemungkinan perusahaan akan mengalihkan keuntungan mereka ke perusahaan di negara dengan pajak yang lebih rendah. Namun, belum adanya aturan standar mengenai *transfer pricing* membuat perusahaan sering menang di pengadilan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* (Nisa *et al.*, 2022), namun ada juga yang tidak (Mispiyanti, 2015; Agustin dan Stiawan, 2022).

H1: Diduga *effective tax rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Bonus Scheme* Terhadap *Transfer Pricing*

Manajemen perusahaan akan melakukan tindakan *transfer pricing* untuk memperoleh laba yang tinggi dan memenuhi tugasnya dalam menunjukkan hasil yang baik kepada pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan memberikan penghargaan berupa bonus atau kompensasi kepada manajemen yang berhasil mengelola perusahaan dengan baik, dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Semakin besar laba yang diperoleh manajemen, semakin tinggi kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing* dan memperoleh bonus atau kompensasi yang

lebih besar. Merujuk pada penelitian Hartati dan Julita (2015) dan Siregar (2022) menyatakan bahwa *bonus scheme* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pada penelitian Handayani (2021) dan Miraza *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *bonus scheme* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H2: Diduga *bonus scheme* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Pemilik saham mayoritas memiliki kecenderungan untuk melakukan *transfer pricing* karena mereka dapat mentransfer kekayaan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan hak para pemilik minoritas. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen. Semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin besar pula kemungkinan tindakan *transfer pricing*. Namun, terdapat hasil penelitian yang bertentangan mengenai pengaruh *tunneling incentive* pada *transfer pricing*, di mana penelitian Refgia *et al.* (2017) menyatakan bahwa semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*, sedangkan penelitian Deanti (2017) menunjukkan hasil yang bertentangan.

H3: Diduga *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing*

Penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. *Leverage* digunakan sebagai tolok ukur kemampuan perusahaan membayar seluruh liabilitasnya apabila dilikuidasi dan perusahaan dengan tingkat liabilitas yang tinggi cenderung fokus pada pembayaran liabilitasnya, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi *debt to asset ratio*, semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Merujuk pada penelitian Sulistyowati dan Kananto (2019) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pada penelitian Nisa *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H4: Diduga *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Size* Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan (*Size*) dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing* dalam perusahaan. Perusahaan dengan total aset besar cenderung memiliki praktik yang lebih transparan dan berhati-hati, sedangkan perusahaan kecil cenderung lebih termotivasi untuk menarik investor melalui manipulasi laporan keuangan. Merujuk pada penelitian Hariaji dan Akbar (2021) dan Ramadhan *et al.* (2022) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian Hikmatin dan Suryarini (2019) menunjukkan hasil bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H5: Diduga *size* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Effective Tax Rate* Terhadap *Transfer Pricing* dimoderisasi *Size*

Perbedaan tarif pajak di setiap negara dapat mempengaruhi *transfer pricing* dalam manajemen perpajakan perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan perbedaan tarif pajak untuk meminimalkan beban pajak dan menghindari pajak dengan melakukan *transfer pricing* ke negara dengan tarif pajak yang rendah. Namun, perusahaan besar memiliki kesempatan untuk memperkerjakan tenaga ahli pajak dalam perusahaan sehingga perencanaan pajak dapat lebih baik, sehingga semakin besar *size* perusahaan maka semakin baik pula rasio ETR, sehingga kemungkinan tindakan *transfer pricing* dapat berkurang.

**H6: Diduga *effective tax rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dimoderisasi *size*.
Pengaruh *Bonus Scheme* Terhadap *Transfer Pricing* dimoderisasi *Size***

Bonus scheme yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajemen meningkatkan minat manajemen untuk melakukan *transfer pricing*. Namun, laba yang sudah dimanipulasi tidak memberikan informasi yang akurat mengenai kinerja perusahaan dan merugikan pengguna laporan keuangan, terutama pihak eksternal. Seiring dengan besarnya perusahaan, tingkat pengawasan terhadap manipulasi laba semakin ketat oleh pemilik perusahaan. Manajemen tidak bisa semena-mena memanipulasi laba karena dapat berdampak pada kepercayaan masyarakat dan pemilik terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, semakin kecil kemungkinan manajemen melakukan *transfer pricing* dan memperoleh *bonus scheme*.

**H7: Diduga *bonus scheme* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dimoderisasi *size*.
Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* dimoderisasi *Size***

Menurut Merle et al. (2019), *size* perusahaan merupakan kombinasi dari berbagai faktor seperti jumlah karyawan, penjualan, anak perusahaan, profitabilitas, kapasitas produksi, intensitas modal, dan penilaian saham. Perusahaan yang besar cenderung melakukan diversifikasi produk dan menggunakan kebijakan *transfer pricing* yang dapat memicu *tunneling incentive* oleh pemegang saham mayoritas demi kepentingan pribadi. Hal ini mengancam tingkat pengawasan pemilik saham terhadap manajemen untuk tidak melakukan kecurangan dalam laporan perusahaan, namun semakin besar *size* perusahaan maka semakin ketat pula pengawasan pemilik saham terhadap kecurangan baik *transfer pricing* maupun *tunneling incentive*.

H8: Diduga *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dimoderisasi *size*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing* dimoderisasi *Size*

Modigliani dan Miller (Wahyudi & Fitriah, 2021) menyatakan bahwa dalam situasi pasar modal yang sempurna, nilai perusahaan dipengaruhi oleh *treasury flows* dari aset perusahaan, bukan struktur keuangannya. Ukuran perusahaan, yang tercermin dalam nilai total asetnya, dapat menarik minat investor dan kreditor karena cenderung memiliki kondisi yang stabil. Hal ini dapat memicu peningkatan *leverage* perusahaan dan membuka peluang untuk *transfer pricing*, terutama ketika manajemen perusahaan memanfaatkan utang dalam urusan pajak.

H9: Diduga *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dimoderisasi *size*.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data publikasi berupa laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang diperoleh dari situs BEI yaitu www.idx.co.id atau dari situs masing-masing perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 yakni sebanyak 221 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Total sampel dalam penelitian ini adalah 83 data.

Metode Analisis dan Hipotesis Penelitian

Pengujian pertama dengan uji statistik deskriptif, kemudian analisis regresi logistik yang terdiri dari empat komponen, yaitu uji keseluruhan model, uji kelayakan model regresi, uji koefisien determinasi, dan matriks klasifikasi. Selanjutnya melakukan uji moderasi dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Tahapan terakhir yaitu menguji hipotesis dengan menggunakan uji *wald* (t).

Operasional Variabel Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *transfer pricing*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *effective tax rate*, *bonus scheme*, *tunneling incentive*, dan *leverage*. Kemudian variabel moderasi pada penelitian ini adalah *size*.

1. **Transfer Pricing (Y)**

Transfer pricing dihitung dengan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak berelasi. Perusahaan yang melakukan penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 1 dan perusahaan yang tidak melakukan penjualan pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 0 (Ainiyah, 2019).

2. **Effective Tax Rate (X1)**

ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam penelitian terdahulu untuk mengetahui seberapa besar perusahaan melakukan agresivitas pajak (Lanis dan Richardson, 2012).

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak} - \text{Beban pajak tangguhan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

Sumber: Lanis dan Richardson, 2012

3. **Bonus Scheme (X2)**

Menurut Mispianiti (2015) untuk mengukur variabel *bonus scheme* yaitu dengan menggunakan variabel *dummy* dimana perusahaan yang memberikan bonus, tantiem, komisi, insentif penjualan, atau kompensasi diberi nilai 1 dan perusahaan yang tidak memberikannya diberi nilai 0.

4. **Tunneling Incentive (X3)**

Tunneling incentive diukur dengan persentase kepemilikan saham mayoritas oleh perusahaan asing sebesar 20% atau lebih dari total saham yang beredar yang disebut sebagai pemegang saham pengendali (Mulyani et al., 2020).

$$TI = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham asing terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Sumber: Mulyani et al., 2020

5. **Leverage (X4)**

Menurut Kasmir (2016) *leverage* merupakan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. Variabel *leverage* diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR). Adapun rumus *leverage* adalah sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: Kasmir, 2016

6. **Size (Z)**

Size merupakan suatu penetapan besar atau kecilnya perusahaan. Semakin tinggi aset yang menunjukkan harta yang dimiliki perusahaan maka bisa dikatakan perusahaan tersebut tergolong besar (Harahap, 2018). Rumus yang digunakan untuk mengukur size adalah:

$$SIZE = Ln (total\ aset)$$

Sumber: Harahap, 2018

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	83	.0926	.9593	.267375	.1373258
BS	83	0	1	.84	.366
TI	83	.2000	.9879	.574482	.2269173
LEV	83	.1086	.7927	.415788	.1715638
TP	83	0	1	.75	.437
SIZE	83	25.955	33.537	28.95852	1.829507
Valid N (listwise)	83				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif di atas, dapat diketahui variabel independen pertama (X1) yaitu *effective tax rate* (ETR) memiliki nilai minimum sebesar 0,0926 terdapat pada CITA tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 0,9593 terdapat pada SKBM tahun 2019. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *effective tax rate* sebesar 0,281149, dimana rata-rata *effective tax rate* pada perusahaan sampel yaitu sebesar 28,12%. Sedangkan untuk nilai standar deviasi pada variabel *effective tax rate* sebesar 0,1595196.

Variabel independen kedua (X2) yaitu *bonus scheme* (BS) memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1 (*dummy*). Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *bonus scheme* sebesar 0,85 dimana memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,359.

Variabel independen ketiga (X3) yaitu *tunneling incentive* (TI) memiliki nilai minimum sebesar 0,2000 terdapat pada JTPE tahun 2018-2021 dan nilai maksimum sebesar 0,9879 terdapat pada SCPI tahun 2020. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *tunneling incentive* sebesar 0,581830, dimana rata-rata *tunneling incentive* pada perusahaan sampel yaitu sebesar 58,18%. Sedangkan untuk nilai standar deviasi pada variabel *tunneling incentive* sebesar 0,2241203.

Variabel independen keempat (X4) yaitu *leverage* (LEV) memiliki nilai minimum sebesar 0,1086 terdapat pada IGAR tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 0,8087 terdapat pada SDPC tahun 2019. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *leverage* sebesar 0,433693, dimana rata-rata *leverage* pada perusahaan sampel yaitu sebesar 43,37%. Sedangkan untuk nilai standar deviasi pada variabel *leverage* sebesar 0,1865342.

Variabel dependen (Y) yaitu *transfer pricing* (TP) memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1 (*dummy*). Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *transfer pricing* sebesar 0,75 dimana memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,437. Variabel moderasi (Z) yaitu *size* (SIZE) memiliki nilai minimum sebesar 25,955 terdapat pada PYFA tahun 2018 dan nilai maksimum

sebesar 33,537 terdapat pada ASII tahun 2021. Nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *size* sebesar 28,90581 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,802708.

Analisis Regresi Logistik

Uji Keseluruhan Model

Tabel 2. Overall Model Fit

Hasil	Iteration	-2 Log Likelihood
Nilai -2 LL awal (<i>Block Number</i> =0)	Step 0	94.036
Nilai -2 LL akhir (<i>Block Number</i> =1)	Step 1	56.895

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji *overall model fit test* diperoleh nilai *-2Log Likelihood* awal sebesar 94,036 dan nilai *-2Log Likelihood* akhir sebesar 56,895. Sehingga dapat dikatakan model regresi semakin baik atau dapat disimpulkan model yang dihipotesiskan *fit* dengan data penelitian.

Uji Kelayakan Model Regresi

Tabel 3. Hosmer and Lemeshow's Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6.750	8	.564

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *chi square* sebesar 6,750 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,564. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P-Value*) > 0.05 (nilai signifikan) yakni 0,564 > 0,05, maka H_0 diterima. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara model dengan data sehingga model regresi dalam penelitian ini layak dan mampu untuk memprediksi nilai observasinya.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	56.895 ^a	.360	.531

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, dapat dilihat bahwa *Nagelkerke's R²* menunjukkan nilai 0,531. Dapat diartikan bahwa variabel *effective tax rate*, *bonus scheme*, *tunneling incentive*, *leverage* dan *size* mampu menjelaskan variabel *transfer pricing* sebesar 53,1%. Sedangkan 46,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Uji Matriks Klasifikasi

Tabel 5. Matriks Klasifikasi

Observed		Predicted		
		Transfer Pricing		Percentage Correct
		Tidak ada	Ada	
Step 1	Transfer Pricing	12	9	57.1
		Ada	3	59
Overall Percentage				85.5

a. The cut value is .500

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 95,2% dimana 59 perusahaan (95,4%) yang diprediksi melakukan *transfer pricing* dari total 62 perusahaan yang melakukan *transfer pricing*. Sedangkan kekuatan prediksi model regresi untuk kemungkinan perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* adalah 57,1% dimana 12 perusahaan (57,1%) yang diprediksi tidak melakukan *transfer pricing* dari total 21 perusahaan. Berdasarkan tabel juga diketahui bahwa *overall percentage* sebesar 85,5% dimana ketepatan model penelitian ini adalah sebesar 85,5%.

Model Regresi Logistik

Adapun hasil regresi logistik pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Logistik

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	ETR	22.968	7.852	8.557	1	.003	9438655653.776
	BS	-2.990	1.226	5.944	1	.015	.050
	TI	5.119	1.919	7.118	1	.008	167.134
	LEV	-8.095	2.801	8.349	1	.004	.000
	SIZE	1.189	.343	11.991	1	.001	3.284
	Constant	-35.453	10.036	12.479	1	.000	.000

a. Variable(s) entered on step 1: ETR, BS, TI, LEV, SIZE.

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$TP = -35,453 + 22,968ETR - 2,990BS + 5,119TI - 8,095LEV + 1,189SIZE + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik, terdapat enam variabel yang mempengaruhi nilai *transfer pricing* (TP) secara signifikan. Nilai konstanta (α) menunjukkan nilai *transfer pricing* apabila variabel independen bernilai tetap. Variabel ETR (Effective Tax Rate) memiliki pengaruh positif terhadap nilai TP, sedangkan variabel BS (Bonus Scheme) dan LEV (Leverage) memiliki pengaruh negatif terhadap nilai TP. Sementara itu, variabel TI (Tunneling Incentive) dan SIZE (Size) memiliki pengaruh positif terhadap nilai TP. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai ETR, TI, dan SIZE, maka semakin tinggi nilai TP, sedangkan semakin tinggi nilai BS dan LEV, maka semakin rendah nilai TP.

Adapun hasil uji regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Moderasi

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	ETR	1143.682	716.466	2.548	1	.110	.
	BS	-1646.663	744.545	4.891	1	.027	.000
	TI	-674.371	340.826	3.915	1	.048	.000
	LEV	825.105	372.682	4.902	1	.027	.
	SIZE	-42.967	21.462	4.008	1	.045	.000
	ETR by SIZE	-36.381	24.451	2.214	1	.137	.000
	BS by SIZE	59.192	26.740	4.900	1	.027	5091915036759 3380000000000.000

TI by SIZE	25.040	12.382	4.089	1	.043	74955933696.278
LEV by SIZE	-31.477	13.970	5.076	1	.024	.000
Constant	1172.876	589.278	3.962	1	.047	.

a. Variable(s) entered on step 1: ETR, BS, TI, LEV, SIZE, ETR * SIZE , BS * SIZE , TI * SIZE , LEV * SIZE .

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$TP = 1.172,876 + 1.143,682ETR - 1.646,663BS - 674,371TI + 825,105LEV - 42,967SIZE - 36,381ETR*SIZE + 59,192BS*SIZE + 25,040TI*SIZE - 31,477LEV*SIZE + e$$

Berdasarkan hasil penelitian, nilai konstanta (α) adalah sebesar 1.172,876. Artinya, jika nilai variabel independen dan variabel moderasi tetap konstan, nilai *transfer pricing* (TP) akan sebesar 1.172,876. Nilai koefisien untuk variabel Effective Tax Rate (ETR) adalah sebesar 1.143,682, yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ETR akan meningkatkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 1.143,682. Variabel Bonus Scheme (BS) memiliki koefisien negatif sebesar 1.646,663, artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel BS akan menurunkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 1.646,663. Nilai koefisien untuk variabel Tunneling Incentive (TI) adalah sebesar -674,371, yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel TI akan menurunkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 674,371. Variabel Leverage (LEV) memiliki koefisien positif sebesar 825,105, yang dapat diinterpretasikan sebagai setiap kenaikan 1 satuan variabel LEV akan meningkatkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 825,105. Variabel Size memiliki koefisien negatif sebesar 42,967, yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel Size akan menurunkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 42,967.

Variabel moderasi ETR*SIZE memiliki koefisien negatif sebesar 36,381, yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel ETR*SIZE akan menurunkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 36,381. Variabel moderasi BS*SIZE memiliki koefisien positif sebesar 59,192, yang dapat diartikan sebagai setiap kenaikan 1 satuan variabel BS*SIZE akan meningkatkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 59,192. Variabel moderasi TI*SIZE memiliki koefisien positif sebesar 25,040, yang artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel TI*SIZE akan meningkatkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 25,040. Terakhir, variabel moderasi LEV*SIZE memiliki koefisien negatif sebesar 31,477, yang dapat diartikan sebagai setiap kenaikan 1 satuan variabel LEV*SIZE akan menurunkan nilai *transfer pricing* (TP) sebesar 31,477.

Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil pengujian uji *wald* pada Tabel 7 menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian memiliki beberapa jawaban yang berbeda. Pertama, variabel ETR tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,548 > 1,9890$) dan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi ($0,110 > 0,05$), sehingga hipotesis H1 ditolak. Kedua, variabel BS, TI, LEV, dan SIZE berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi, sehingga hipotesis H2, H3, H4, dan H5 diterima. Ketiga, variabel ETR*SIZE tidak signifikan terhadap *transfer pricing* karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi, sehingga hipotesis H6 ditolak. Keempat, variabel *size* (BS*SIZE, TI*SIZE, dan LEV*SIZE) mampu memoderasi pengaruh *bonus scheme*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing* karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi, sehingga hipotesis H7, H8, dan H9 diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Effective Tax Rate* Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *effective tax rate* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak yang baik di dalam perusahaan manufaktur tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Tinggi atau rendahnya *effective tax rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* karena perusahaan akan tetap melakukan tindakan *transfer pricing* untuk memperoleh laba perusahaan dengan mentransfer harga ke perusahaan berelasi supaya perusahaan tidak mengalami kerugian dan mengurangi beban pajak yang dibayarkan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mispuyanti (2015), Sulistyowati dan Kananto (2019), Hidayati *et al.* (2021) dan Agustin dan Stiawan (2022) yang menunjukkan bahwa pajak (ETR) tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Regia *et al.* (2017) dan Nisa *et al.* (2022) dimana menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu ETR berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Bonus Scheme* Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *bonus scheme* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing* dengan hasil yang signifikan dan korelasi negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar pemberian bonus atau kompensasi dari pemegang saham kepada manajemen kunci maka semakin rendah keputusan *transfer pricing*. *Bonus scheme* dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai target laba yang diinginkan dan mempengaruhi struktur organisasi perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa manajemen akan memberikan sinyal-sinyal yang menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa sinyal yang diterima dari manajemen tersebut tidak selalu menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan manajemen mungkin memiliki kepentingan yang berbeda dari pemilik perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hartati dan Julita (2015) dan Siregar (2022) dimana menyatakan bahwa *bonus scheme* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun, penelitian ini berbeda dengan penelitian Handayani (2021) dan Miraza *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa *bonus scheme* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing* dengan korelasi negatif yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa kepemilikan saham asing yang lebih besar dari 20% di dalam perusahaan manufaktur memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* dapat meningkatkan potensi pemilik mayoritas untuk memperoleh keuntungan pribadi dan menjadi faktor yang mempengaruhi struktur biaya perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayati *et al.* (2021) yang menunjukkan hasil yaitu *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Refgia *et al.* (2017) dimana menyatakan bahwa semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing* dengan korelasi positif yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya *leverage* yang dihitung menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) pada perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap tingginya keputusan *transfer pricing*. Ketika *leverage*

perusahaan meningkat, perusahaan cenderung melakukan *transfer pricing* untuk menarik investor dan meningkatkan laba. Namun, jika *leverage* perusahaan menurun, perusahaan tidak akan melakukan *transfer pricing* karena tidak akan memperoleh pinjaman dari pihak bank atau kreditur. *Leverage* dapat mempengaruhi biaya yang harus diperhitungkan dalam menentukan harga jual kepada anak perusahaan atau pihak yang berelasi. Hasil ini mendukung teori sinyal dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulistyowati dan Kananto (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Akan tetapi, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Nisa *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Size Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *size* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing* dengan korelasi negatif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan manufaktur, maka tindakan *transfer pricing* semakin kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan multinasional memiliki sumber daya yang cukup besar yang tercermin dalam neraca perusahaan seperti total aset yang besar, sehingga meningkatkan kemampuan perusahaan untuk tidak menerapkan *transfer pricing*. Ukuran perusahaan juga mempengaruhi daya saing perusahaan, dimana perusahaan dengan ukuran besar akan memiliki keunggulan dalam skala ekonomi dan akses sumber daya yang lebih besar, yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hariaji dan Akbar (2021) dan Ramadhan *et al.* (2022) dimana menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Hikmatin dan Suryarini (2019) yang menunjukkan hasil bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Effective Tax Rate Terhadap Transfer Pricing dimoderisasi Size

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *size* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur multinasional. Hal ini ditunjukkan oleh hasil yang tidak signifikan dari korelasi negatif antara *effective tax rate* dan *transfer pricing* yang dimoderisasi oleh *size*. Teori sinyal dan agen menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih besar dapat mengirimkan sinyal yang lebih kuat dan memiliki kekuatan yang lebih besar dalam mengatur *transfer pricing*, namun hasil penelitian ini tidak menunjukkan hal tersebut.

Pengaruh Bonus Scheme Terhadap Transfer Pricing dimoderisasi Size

Penelitian menemukan bahwa variabel *size* dapat memoderasi pengaruh *bonus scheme* terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan hasil yang signifikan dengan korelasi negatif. Ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin kecil kemungkinan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* dan memperoleh *bonus scheme*. Hal ini diharapkan dapat membuat perusahaan lebih baik dalam mengelola pajak dan memperkuat reputasinya. Namun, *size* dapat mempengaruhi kekuatan sinyal yang dikirimkan perusahaan kepada pihak luar.

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing dimoderisasi Size

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *size* dapat memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan hasil yang signifikan dengan korelasi positif. Ini menandakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dan kepemilikan saham asing yang lebih besar dari 20% di dalam perusahaan manufaktur, semakin kuat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Perusahaan multinasional yang lebih besar cenderung tidak melakukan tindakan *transfer pricing* untuk kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas dan lebih fokus pada kinerja dan laba perusahaan. Namun, hasil ini berbeda dengan

penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *size* tidak mampu memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Leverage Terhadap Transfer Pricing dimoderisasi Size

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh negatif antara *leverage* dan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur, dimana tingginya *leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) mempengaruhi tingginya keputusan *transfer pricing*. *Size* perusahaan yang besar dapat memperkuat pengaruh ini karena perusahaan besar memiliki keunggulan skala ekonomi dan akses terhadap sumber daya yang lebih banyak, namun juga memiliki risiko kredit yang lebih tinggi. Manajemen perusahaan yang besar mungkin lebih fokus pada pengelolaan utang yang buruk yang mempengaruhi *transfer pricing* dibandingkan dengan perusahaan kecil. Teori sinyal menjelaskan bahwa *leverage* dapat diinterpretasikan sebagai sinyal negatif bagi investor dalam perusahaan besar, namun dapat berpengaruh positif pada perusahaan kecil.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021, variabel:

1. *Effective tax rate* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
2. *Bonus scheme* memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
3. *Tunneling incentive* memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
4. *Leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
5. *Size* memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
6. *Size* tidak mampu memoderasi pengaruh *effective tax rate* terhadap *transfer pricing*.
7. *Size* mampu memoderasi pengaruh *bonus scheme* terhadap *transfer pricing*.
8. *Size* mampu memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.
9. *Size* mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti rekomendasikan berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian adalah:

1. Peneliti selanjutnya dapat mengganti variabel independen, seperti profitabilitas, exchange rate dan *debt covenant* serta variabel moderasi dengan variabel lain, seperti *tunneling incentive* dan lainnya yang juga mempengaruhi *transfer pricing*.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan proksi lain dalam pengukuran variabel penelitian, seperti penggunaan proksi piutang pada pihak berelasi dalam pengukuran *transfer pricing* dan proksi jumlah bonus dan gaji yang diterima manajemen dalam pengukuran *bonus scheme* untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan hasil penelitian dengan penggunaan proksi yang berbeda.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengganti kriteria sampel supaya lebih spesifik atau menambah periode penelitian yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- 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*, vol. 1 no. 1, p. 39–46.
- Ainiyah, S.K. 2019. Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar, Tunneling Incentive Pada Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 8 no. 10, p. 1–21.
- Bhudiyaniti, K. & Suryarini, T. 2022. Pengaruh Tax Haven, Foreign Ownership, dan Intangible Assets Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, vol. 11 no. 2, p. 305–321.
- Deanti, L.R. 2017. *Pengaruh Pajak, Intangible Assets, Leverage, Profitabilitas, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Indonesia*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Handayani, R. 2021. Tax Minization as a Moderator on the Effect of Tunneling Incentive and Bonus Mechanism on Transfer Pricing Provisions. *European Journal of Business and Management Research*, vol. 6 no. 4, p. 88–93.
- Harahap, S.S. 2018. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hariaji, N.W. & Akbar, F.S. 2021. Pengaruh Multinasionalitas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Prosiding Senapan: Seminar Nasional Akuntansi*, vol. 1 no. 1, p. 36–48.
- Hartati, W. & Julita, D. 2015. *Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia*.
- 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 (JIAM)*, vol. 15 no. 1, p. 49–59.
- Hikmatin, R. & Suryarini, T. 2019. Accounting Analysis Journal Transfer Pricing of Manufacturing Companies in Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, vol. 8 no. 3, p. 165–171.
- Kasmir. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan. Edisi 2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lanis, R. & Richardson, G. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 26 no. 1, p. 75–100.
- Miraza, F., Bakkareng & Delvianti 2022. The Effect of Bonus, Taxes and Foreign Ownership Mechanism on Transfer Pricing on Manufacturing Companies Listed on IDX 2017-2019. *Pareso Jurnal*, vol. 4 no. 1, p. 253–272.
- Mispiyanti. 2015. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, vol. 16 no. 1, p. 62–73.
- Mulyani, H.S., Prihartini, E. & Sudirno, D. 2020. Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, vol. 20 no. 2.
- Nisa, Z., Wahidahwati & Bambang, S. 2022. The Effect of Tax and Leverage on Transfer Pricing Decisions with Institutional Ownership as Moderating. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, vol. 5 no. 2, p. 9717–9724.
- Ramadhan, M.F., Dewi, R.C. & Liza, A. 2022. Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Exchange Rate, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Pundi*, vol. 6 no. 1, p. 165–180.

- Refgia, T., Ratnawati, V. & Rusli 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, vol. 4 no. 1, p. 543–555.
- 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)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Sulistyowati, S. & Kananto, R. 2019. The Influences of Tax, Bonus Mechanism, Leverage and Company Size Through Company Decision on Transfer Pricing. *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 73 no. 1, p. 207–212.