SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 8, No. 3, July 2025

Pengaruh Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Dinar Ambarita
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen02308@unpam.ac.id

Submitted: 24th March 2025 | **Edited**: 27th June 2025 | **Issued**: 01st July 2025

Cited on: Ambarita, D. (2025). Pengaruh Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 8*(3), 729-739.

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing concern over transfer pricing practices, particularly among companies with foreign ownership and incentive-based compensation systems. It aims to examine the effect of Foreign Ownership and Bonus Mechanism on Transfer Pricing in Consumer Non-Cyclicals companies. The research adopts a quantitative approach, utilizing secondary data derived from the financial statements of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). A purposive sampling method was employed to select the sample. The analysis techniques include descriptive statistics, multiple linear regression, panel data regression analysis, model selection using the Random Effect Model, classical assumption testing, and hypothesis testing with the aid of E-Views version 12. The findings reveal that Foreign Ownership and Bonus Mechanism together significantly influence Transfer Pricing. However, when examined individually, only Foreign Ownership shows a significant effect, while the Bonus Mechanism does not. This suggests that foreign-owned firms are more inclined to engage in transfer pricing, likely for tax or regulatory advantages. These findings underscore the importance of implementing stricter oversight and regulations on foreign-owned entities to curb potentially harmful transfer pricing activities.

Keywords: Foreign Ownership, Bonus Mechanism, Transfer Pricing, Consumer Non-Cyclicals, Panel Data Analysis

PENDAHULUAN

Perusahaan multinasional saat ini banyak mengembangkan usahanya ke berbagai negara melalui anak perusahaan atau cabang, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas demi mencapai keuntungan maksimal. Dalam operasionalnya, perusahaan-perusahaan ini sering melakukan transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa, seperti penjualan barang atau jasa antar divisi. Penetapan harga dalam transaksi tersebut sering dimanfaatkan sebagai alat untuk melakukan penghematan pajak, baik secara nasional maupun internasional, dengan cara mengalihkan laba ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah (Doe & Lee, 2020; Patel, 2022). Praktik ini menyebabkan negara dengan tarif pajak tinggi mengalami penurunan penerimaan negara karena pelaku transfer pricing mengalihkan keuntungannya ke yurisdiksi pajak rendah (Garcia & Wong, 2021). Meskipun berdampak negatif terhadap penerimaan pajak, pemerintah sering kali kalah dalam sengketa pajak di pengadilan, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan sumber daya manusia mengenai transfer pricing serta kurangnya pemahaman auditor pajak terhadap indikasi praktik tersebut (Amidu et al., 2019; Smith, 2023). Akibatnya, pemeriksaan terhadap perusahaan multinasional yang

dicurigai melakukan transfer pricing menjadi terbatas, sehingga celah hukum dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menghindari beban pajak yang seharusnya dibayar.

Di Indonesia, Unilever menjadi salah satu perusahaan multinasional yang diduga terlibat dalam praktik transfer pricing, yaitu strategi pengaturan harga transaksi antar afiliasi untuk optimisasi pajak. Unilever merupakan perusahaan global di industri barang konsumsi harian—termasuk produk perawatan tubuh, makanan, dan produk kebersihan rumah tangga—dengan operasional di lebih dari 190 negara (OECD, 2020). Skala operasional yang luas ini mendorong perusahaan memiliki struktur korporasi kompleks, mencakup banyak anak perusahaan dan cabang di berbagai yurisdiksi pajak. Karena perbedaan sistem dan tarif pajak antara negara asal dan negara tujuan, praktik manipulasi harga transfer menjadi peluang untuk memindahkan laba ke negara dengan tarif pajak lebih rendah. Secara spesifik, anak perusahaan Unilever di negara berbiaya rendah seperti Indonesia dan India memproduksi barang jadi seperti sabun dan deterjen, lalu menjualnya ke entitas distribusi di negara tarif pajak tinggi—seperti Inggris dan Jerman—dengan harga yang dipertanyakan (Smith & Tan, 2019). Model bisnis ini memungkinkan uni laba berpindah lintas yurisdiksi untuk meminimalkan beban pajak penghasilan perusahaan, sekaligus meningkatkan margin keuntungan bersih pada perusahaan induk atau anak yang berada di wilayah tarif pajak rendah. Karena itu, isu tata kelola, transfer pricing, dan kepatuhan pajak menjadi sorotan penting tidak hanya oleh otoritas pajak nasional, tetapi juga oleh organisasi internasional seperti OECD, serta lembaga pengawas kepatuhan global dalam mencegah pengalihan laba yang merugikan negara asal produksi.

Kasus transfer pricing yang melibatkan Hindustan Unilever—anak perusahaan Unilever di India—pada tahun 2014 adalah contoh nyata bagaimana mekanisme underpricing dapat digunakan untuk mengalihkan laba. Otoritas pajak India menuduh perusahaan tersebut menjual produk ke afiliasi luar negeri dengan harga di bawah nilai pasar, atau underpricing, sehingga mendorong penurunan pendapatan pajak di India (Kumar, 2021). Tuduhan ini memicu investigasi intensif serta persidangan pajak yang panjang, sebelum akhirnya Hindustan Unilever diwajibkan untuk membayar tambahan pajak serta denda. Dampak hukum dan reputasi yang muncul dari kasus ini membuat negara berkembang—terutama di Asia dan Afrika—melakukan evaluasi terhadap ketentuan transfer pricing dalam peraturan pajak nasional mereka. Salah satunya yaitu meninjau ulang ketentuan dokumentasi, analisis comparability, serta definisi harga pasar wajar. Kasus ini juga memicu reformasi kebijakan pajak di India yang mensyaratkan laporan transfer pricing yang lebih transparan. Berdasarkan penelitian Lee (2022), keterbukaan data serta audit dokumentasi menjadi elemen penting dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip arm’s length. Studi ini menyoroti bahwa regulasi yang komprehensif dan enforceable sering kali menjadi kunci dalam mencegah praktik transfer pricing yang agresif.

Insiden Hindustan Unilever menjalar ke kekhawatiran global, memicu OECD untuk memperketat pedoman melalui inisiatif BEPS (Base Erosion and Profit Shifting). Pedoman BEPS, yang diperkenalkan sejak tahun 2018, bertujuan memperbaiki standar pelaporan transfer pricing, meningkatkan transparansi informasi lintas yurisdiksi, serta menindak manipulasi laba pasca pajak (OECD, 2018). Salah satu inovasi utama adalah Country-by-Country Reporting (CbCR), yang mewajibkan perusahaan multinasional melaporkan pendapatan, laba, dan pajak yang dibayar di setiap negara. Dengan data ini, otoritas pajak di negara asal dapat mendeteksi pola distribusi laba yang tidak wajar serta mendeteksi potensi pengalihan laba. OECD juga menegaskan pentingnya dokumentasi lengkap berupa Functional Analysis, Economic Analysis, dan Industry Analysis untuk

mendukung harga wajar dalam transaksi internasional. Penerapan pedoman BEPS juga mendorong harmonisasi prinsip transfer pricing antarnegara, sehingga perusahaan global tidak bisa dengan mudah memanfaatkan celah perbedaan peraturan nasional. Studi Park (2021) menyimpulkan bahwa integrasi standar internasional ini secara signifikan menurunkan insiden pemindahan laba yang tidak sesuai fungsi ekonomi real, meskipun penerapannya masih bervariasi di antara negara-negara berkembang.

Menanggapi tekanan global tersebut, Unilever menyatakan bahwa kebijakan transfer pricing telah disesuaikan dengan regulasi lokal di setiap negara, serta merujuk pada pedoman OECD untuk memastikan bahwa transaksi antar afiliasi mencerminkan kondisi pasar wajar (arm's length) (Lee, 2022). Perusahaan menerapkan metode comparable uncontrolled price (CUP), resale price method (RPM), dan transactional net margin method (TNMM) untuk menentukan harga jual atau margin yang relevan sebagai acuan. Selain itu, Unilever menyediakan dokumen Transfer Pricing Documentation yang terdiri dari Master File, Local File, dan CbCR untuk memenuhi kewajiban pelaporan dan audit di pasar global. Namun, meskipun berkomitmen terhadap compliance, Unilever tetap menjadi target pengawasan, terutama di negara-negara dengan perbedaan besar antara biaya produksi dan tarif pajak. Chen & Alvarez (2023) mencatat bahwa kompleksitas rantai pasokan dan portofolio produk yang sangat luas menjadikan Unilever tetap mendapat perhatian otoritas, terutama ketika penurunan margin di sebuah wilayah bisa jadi hasil dari strategi price-setting yang disengaja. Tingginya kompleksitas ini membuka peluang bagi OJK, DJP, dan otoritas pajak internasional lainnya untuk meningkatkan audit, pertukaran data, serta analisis forensik atas dokumen transfer pricing perusahaan multinasional.

Sebagai pelengkap informasi Unilever, terdapat kasus sejenis di Brasil melibatkan Procter & Gamble (P&G), raksasa global asal Amerika Serikat. P&G dituduh oleh otoritas pajak Brasil, Receita Federal, menggunakan strategi harga transfer untuk menghindari pajak. Produk dijual dari Brasil ke afiliasi luar negeri dengan harga lebih rendah dari harga pasar, sedangkan bahan baku dibeli dari afiliasi dengan harga di atas rata-rata pasar—tujuan akhirnya adalah menekan laba kena pajak di Brasil (Mendes, 2024). Investigasi ini dimulai setelah Receita Federal menemukan perbedaan signifikan antara harga yang dilaporkan dan harga pasar independent. Analisis oleh Fernandes (2023) menunjukkan bahwa pendekatan penuh audit dilakukan atas biaya transfer, keuntungan, serta tingkat pengembalian (return on sales) afiliasi, sebagai tolok ukur pemenuhan prinsip arm's length. Hasil pemeriksaan memicu negosiasi antara otoritas dan P&G hingga tercapai kesepakatan penyelesaian. Proses ini juga memberi sinyal bagi regulator lain bahwa audit transfer pricing harus melibatkan analisis statistik yang solid, termasuk range markup, interquartile range, dan testing untuk memverifikasi apakah harga wajar dan tidak menyimpang dari pasar independen.

Meski P&G telah menyelesaikan perjuangan hukum di Brasil, detail perjanjian tetap tidak dipublikasikan secara lengkap, meskipun diperkirakan mencakup denda dan pembayaran tambahan pajak (Fernandes, 2023). Persetujuan semacam ini menunjukkan bahwa penyelesaian transfer pricing global bisa dilakukan lewat Advance Pricing Agreement (APA) atau perjanjian sejenis dengan otoritas pajak untuk mendapatkan kepastian pajak jangka panjang. Studi oleh Chen & Alvarez (2023) menegaskan bahwa penggunaan APA mengurangi risiko litigasi dan membantu menjaga reputasi perusahaan di mata investor dan regulator. Namun, tidak semua negara—terutama yang masih mengembangkan kapasitas pengawasannya—memiliki kemampuan untuk menyusun APA. Oleh sebab itu, kolaborasi otoritas pajak melalui pertukaran informasi otomatis

(Automatic Exchange of Information, AEOI) dan pelatihan teknis menjadi prasyarat untuk pengawasan yang efektif.

Menurut OECD (2019), transfer pricing adalah penetapan harga dalam transaksi antar entitas afiliasi—baik berupa barang, jasa, aset tak berwujud, maupun cost sharing arrangement—yang harus mengikuti prinsip arm's length, seolah harga itu dinegosiasikan antara pihak independen. Tujuannya adalah agar distribusi laba mencerminkan operasi ekonomi nyata di masing-masing negara, bukan untuk meminimalkan pajak. Park (2021) menambahkan bahwa implementasi prinsip arm's length sangat tergantung pada metode yang digunakan, perbandingan pasar, serta data pendukung dokumen fungsional yang transparan. Dalam praktik tax planning, transfer pricing menjadi instrumen utama yang menyumbang tax optimization secara signifikan. Perusahaan Consumer Non-Cyclicals, sebagaimana Unilever dan P&G, sering memanfaatkan struktur global mereka dalam jaringan supply chain yang panjang dan kompleks untuk meningkatkan margin dan mengelola beban pajak global. Dengan demikian, otoritas pajak harus melakukan audit berdasarkan substansi bisnis, bukan sekadar bentuk dokumentasi formal.

Selain struktur harga, faktor kepemilikan asing dan skema bonus juga dapat mempengaruhi kecenderungan transfer pricing. Studi Rahadian (2020) dan Refgia (2021) menunjukkan bahwa perusahaan dengan kepemilikan asing yang signifikan cenderung lebih agresif dalam menetapkan harga transfer guna mendukung pengaliran laba ke yurisdiksi rendah pajak. Sebaliknya, penelitian Juarsa Badri et al. (2022) tidak menemukan korelasi kuat antara kepemilikan asing dan transfer pricing, menandakan bahwa kendali pemegang saham bukan satu-satunya faktor. Mengenai mekanisme bonus, Saraswati & Sujana (2021) menyatakan bahwa bonus berbasis laba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Namun, Melmusi (2020) menemukan bukti sebaliknya, yaitu bahwa insentif bonus mendorong manajer melakukan manipulasi harga untuk meningkatkan laba subsidiary demi mencukupi syarat bonus. Temuan ini menunjukkan pentingnya kebijakan tata kelola perusahaan (corporate governance) dan transparansi remunerasi manajer, agar tidak memicu perilaku opportunistic melalui transfer pricing.

LANDASAN TEORI

Teori Kepatuhan

Teori Kepatuhan (Compliance Theory) merupakan pendekatan konseptual yang menjelaskan mengapa individu atau entitas seperti perusahaan mematuhi peraturan, hukum, atau kebijakan yang ditetapkan oleh otoritas. Teori ini menekankan bahwa kepatuhan tidak semata-mata terjadi karena adanya sanksi atau hukuman, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, sosial, dan normatif. Menurut Tyler (2018), kepatuhan dapat didorong oleh legitimasi otoritas dan persepsi keadilan dalam proses penegakan hukum. Artinya, individu lebih cenderung patuh jika merasa bahwa otoritas memiliki kewenangan yang sah dan bertindak adil. Sementara itu, Kirchler et al. (2020) menambahkan bahwa motivasi intrinsik seperti kepercayaan terhadap pemerintah dan persepsi manfaat kolektif dari kepatuhan juga memainkan peran penting dalam mendorong kepatuhan sukarela, terutama dalam konteks perpajakan. Selain itu, Alm dan Torgler (2019) menyoroti bahwa kombinasi antara pendekatan koersif (seperti audit dan sanksi) dan pendekatan pelayanan (seperti edukasi dan pelayanan pajak yang baik) dapat meningkatkan tingkat kepatuhan secara lebih efektif daripada hanya mengandalkan paksaan. Oleh karena itu, Teori Kepatuhan mencerminkan bahwa untuk mencapai tingkat kepatuhan yang tinggi, pemerintah atau regulator perlu mempertimbangkan aspek

struktural dan psikologis dari perilaku kepatuhan, bukan hanya sekadar mengandalkan penegakan hukum secara represif.

Teori Agensi

Teori Agensi (Agency Theory) adalah suatu teori dalam bidang ekonomi dan manajemen yang menjelaskan hubungan antara pihak pemberi kuasa (principal), seperti pemegang saham, dan pihak yang diberi kuasa (agen), seperti manajer, yang menjalankan operasional perusahaan atas nama pemilik. Teori ini muncul karena adanya ketidakseimbangan informasi dan kepentingan antara principal dan agen yang dapat menimbulkan konflik agensi (agency conflict), yaitu situasi ketika agen bertindak lebih mengutamakan kepentingannya sendiri daripada kepentingan principal (Jensen & Meckling, 1976). Masalah agensi terjadi ketika terdapat asimetri informasi, di mana agen memiliki lebih banyak informasi dibandingkan principal, sehingga memungkinkan agen untuk melakukan tindakan oportunistik seperti manipulasi laporan keuangan, penghindaran pajak, atau praktik transfer pricing. Eisenhardt (1989) menekankan bahwa pengawasan dan insentif adalah dua mekanisme utama untuk menyelaraskan kepentingan antara principal dan agen agar perilaku agen tetap sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam konteks perusahaan multinasional, teori agensi juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemilik modal asing sebagai principal mengendalikan manajer lokal, yang sering kali membuat keputusan berdasarkan kepentingan pribadi mereka (Hill et al., 2021). Oleh karena itu, Teori Agensi sangat penting dalam memahami struktur tata kelola perusahaan, desain kontrak, pengendalian internal, serta kebijakan remunerasi dan pengawasan yang dapat meminimalkan konflik antara pemilik dan pengelola perusahaan.

Transfer Pricing

Transfer Pricing atau harga transfer adalah penetapan harga dalam transaksi barang, jasa, atau aset tidak berwujud antar entitas yang berada dalam satu grup perusahaan, baik secara domestik maupun lintas negara. Praktik ini umum dilakukan oleh perusahaan multinasional (MNC) yang memiliki anak perusahaan atau afiliasi di berbagai negara. Tujuan utama dari transfer pricing sebenarnya adalah untuk mencerminkan nilai wajar transaksi antar entitas sebagaimana halnya jika dilakukan dengan pihak independen (arm’s length principle). Namun, dalam praktiknya, transfer pricing sering digunakan sebagai alat perencanaan pajak agresif, yakni dengan mengalihkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak lebih rendah untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan (OECD, 2022). Menurut Eden (2020), meskipun transfer pricing legal, penyalahgunaannya dapat berdampak pada erosi basis pajak negara-negara dengan tarif tinggi dan menimbulkan ketimpangan distribusi pendapatan negara. Di sisi lain, Sikka dan Willmott (2019) menekankan bahwa transfer pricing juga menjadi tantangan besar bagi otoritas pajak karena kesulitan dalam menetapkan harga wajar transaksi antar afiliasi yang sering kali kompleks dan tidak transparan. Oleh karena itu, banyak negara, termasuk Indonesia, mengadopsi pedoman OECD dan standar Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) untuk mengatur dan mengawasi praktik transfer pricing agar tidak disalahgunakan untuk kepentingan penghindaran pajak.

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing muncul akibat adanya investasi asing, berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 1 ayat (6) tentang Penanaman Modal didefinisikan sebagai aktivasi investasi untuk menjalankan usaha di wilayah Republik Indonesia yang dilakukan oleh investor asing. Investasi ini bisa dilakukan sepenuhnya dengan modal asing atau melalui kemitraan dengan investor domestik. Karena Transfer Pricing merupakan transaksi yang melibatkan pihak asing, maka dari itu pemegang saham asing

yang memiliki kendali dalam perusahaan turut mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan Transfer Pricing . Pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007 menyatakan bahwa Modal Asing adalah modal yang berasal negara asing, individu warga negara asing, dan Badan Hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Berdasarkan pasal tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham asing diartikan sebagai bagian saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah yang berstatus asing.

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah pemberian kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai perusahaan atas kinerja yang baik dan pencapaian target perusahaan. Salah satu metode yang paling umum digunakan oleh perusahaan untuk memberikan kompensasi adalah melalui bonus yang didasarkan pada laba. Karena alasan ini, manajer atau direksi mungkin terdoron untuk memanipulasi laba guna memaksimalkan bonus yang mereka terima. Dalam melaksanakan tugasnya, dewan direksi cenderung berupaya menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk mendapatkan penghargaan. Penghargaan tersebut bisa berupa bonus yang diberikan berdasarkan kinerja dewan direksi dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada dewan direksi yang berhasil mencapai laba untuk unit atau divisinya, tetapi juga kepada dewan direksi yang bersedia bekerja sama demi keuntungan dan kesejahteraan perusahaan secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berarti berfokus pada data numerik untuk menganalisis hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen, yaitu Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus, serta satu variabel dependen, yaitu Transfer Pricing. Metode kuantitatif dipilih karena dapat memberikan hasil yang objektif dan terukur dalam melihat pengaruh antar variabel yang diteliti. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2023.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang tercatat di BEI selama periode tersebut, yaitu sebanyak 125 perusahaan. Namun, setelah melalui proses penyaringan berdasarkan beberapa kriteria, jumlah populasi yang valid menjadi terbatas. Sebanyak 55 perusahaan tidak terdaftar secara konsisten di BEI dalam lima tahun berturut-turut, 3 perusahaan tidak menyampaikan laporan keuangan lengkap selama periode penelitian, dan 2 perusahaan menggunakan mata uang selain rupiah. Setelah proses seleksi dengan metode purposive sampling, diperoleh 8 perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria, sehingga menghasilkan total 40 observasi data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, regresi linear berganda, dan analisis regresi data panel. Untuk menentukan model regresi panel yang paling sesuai, dilakukan uji pemilihan model dan diperoleh bahwa Random Effect Model merupakan model terbaik. Selanjutnya, penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik guna memastikan kelayakan model, serta uji hipotesis untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan software E-Views versi 12.

HASIL PENELITIAN

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 1. Analisis Regresi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.397326	0.077815	5.106047	0.0000
X1	0.597570	0.131487	4.544717	0.0001
X2	-0.010285	0.022253	-0.462167	0.6468

Sumber: Data penelitian, 2025

Interpretasi Kepemilikan Asing terhadap Transfer Pricing

Hasil analisis menunjukkan t-hitung untuk variabel Kepemilikan Asing (KA) sebesar 4.5447, jauh melebihi t-tabel (2.02619), dengan nilai signifikansi 0.001 yang berada di bawah alpha 0.05. Ini mengindikasikan bahwa H1 diterima, KA berpengaruh signifikan terhadap Transfer Pricing. Secara statistik, hal ini berarti kepemilikan asing memegang peran penting dalam menentukan praktik transfer pricing. Kemungkinan, perusahaan dengan saham asing lebih besar memiliki fleksibilitas dalam mengatur harga transaksi internal untuk optimalisasi pajak dan keuntungan.

Menurut Agency Theory, kepemilikan asing (principal) dapat memicu konflik dengan manajer lokal (agent), mendorong praktik harga transfer opportunistik demi memaksimalkan nilai bagi pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976; Eisenhardt, 1989). Selain itu, teori Transfer Pricing OECD menekankan prinsip arm's length: harga antar entitas wajib mencerminkan harga pasar (OECD, 2022). Namun, dalam kondisi pengawasan yang longgar, pemegang saham asing sering menggunakan posisi mereka untuk menggeser laba ke yurisdiksi lebih rendah, yang sesuai dengan temuan bahwa KA signifikan mendorong TP.

Beberapa studi juga mendukung hubungan positif antara kepemilikan asing dan transfer pricing. Oktaviano dkk. (2022) menemukan perusahaan dengan persentase saham asing tinggi sering menggunakan transfer pricing untuk tax avoidance. Namun, ada juga penelitian kontradiktif, seperti Depari dkk. (2020) dan Bhudiyanti & Suryarini (2022), yang menemukan tidak ada pengaruh signifikan KA terhadap praktik TP. Perbedaan ini bisa disebabkan karakter industri, kualitas regulasi nasional, atau periode studi yang berbeda.

Dari perspektif ekonomi multinasional, perusahaan asing mungkin memanfaatkan struktur global untuk mengalihkan laba. Internalization Theory menjelaskan bahwa perusahaan memindahkan fungsi bernilai tinggi ke entitas di negara pajak rendah untuk menjaga kendali atas proprietary assets. Selain itu, mereka lebih mampu membayar advisory dan audit internasional untuk mendukung strategi TP, sehingga meminimalkan risiko dan mengefisiensikan beban pajak global mereka.

Interpretasi Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Mekanisme Bonus (ITRENDLB) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Transfer Pricing. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 0.4622 yang lebih kecil dari t-tabel sebesar 2.02619, serta nilai signifikansi sebesar 0.6468 yang jauh di atas batas α 0.05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2), yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap Transfer Pricing, ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa mekanisme pemberian bonus yang diterapkan oleh perusahaan sampel tidak menjadi faktor pendorong dalam pengambilan keputusan transfer pricing.

Secara teori, skema bonus berbasis laba dapat menciptakan insentif bagi manajer untuk melakukan tindakan oportunistik, seperti manipulasi laporan keuangan atau pengaturan harga transfer secara strategis guna menunjukkan kinerja keuangan yang lebih tinggi. Hal ini selaras dengan Agency Theory yang menyatakan bahwa terdapat potensi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan, di mana manajer berusaha memaksimalkan kompensasi pribadinya (Jensen & Meckling, 1976). Dalam konteks transfer pricing, manipulasi dapat dilakukan dengan mengatur harga antar entitas dalam satu grup untuk meningkatkan laba di entitas yang menjadi dasar pemberian bonus manajerial.

Namun, hasil empiris dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara mekanisme bonus dan transfer pricing tidak signifikan. Hal ini bisa disebabkan oleh desain kebijakan bonus yang tidak semata-mata berbasis laba, melainkan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti pencapaian non-keuangan, keberlanjutan usaha, atau pengendalian risiko. Dalam beberapa perusahaan, terutama yang memiliki tata kelola yang baik, sistem kompensasi manajerial cenderung dikombinasikan dengan indikator kinerja lainnya seperti kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), yang dapat menekan peluang tindakan manipulatif.

Penelitian sebelumnya juga mendukung hasil ini. Misalnya, studi oleh Saraswati dan Sujana (2021) menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik transfer pricing. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan memberikan insentif langsung kepada manajer untuk meningkatkan laba melalui penghindaran pajak atau pemindahan laba. Dalam konteks Indonesia, bisa jadi juga bahwa pengawasan eksternal, seperti audit, dan tekanan regulasi dari otoritas pajak membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam menggunakan transfer pricing sebagai sarana manipulasi berbasis bonus.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun secara teoretis terdapat kemungkinan hubungan antara bonus dan transfer pricing, pada praktiknya hal tersebut belum tentu terjadi. Keberadaan sistem kontrol internal yang kuat, pengawasan regulator, serta kebijakan bonus yang dirancang secara lebih berimbang dapat menjadi faktor penting yang menjelaskan mengapa mekanisme bonus tidak secara signifikan mendorong praktik transfer pricing. Hasil ini memberikan masukan bahwa dalam menilai risiko manipulasi harga transfer, tidak cukup hanya melihat insentif laba manajerial, tetapi juga perlu mempertimbangkan konteks tata kelola perusahaan dan lingkungan regulasi yang melingkupinya.

Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Tabel 2. Uji Simultan

Instrumen	Nilai	Instrumen	Nilai
R-squared	0.310128	Mean dependent var	0.262408
Adjusted R-squared	0.250996	S.D. dependent var	0.186572
S.E. of regression	0.161898	Sum squared resid	0.917386
F-statistic	5.244683	Durbin-Watson stat	1.095099
Prob(F-statistic)	0.004280		

Sumber: Data penelitian, 2025

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Kepemilikan Asing (X1) dan Mekanisme Bonus (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap praktik Transfer Pricing (Y), dengan nilai F-hitung sebesar 5.244683 yang lebih besar dari F-tabel sebesar 2.87 dan tingkat signifikansi 0.004280 yang lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Ini berarti bahwa meskipun secara parsial hanya variabel Kepemilikan Asing yang

berpengaruh signifikan, namun secara simultan kedua variabel memberikan kontribusi terhadap variasi dalam keputusan transfer pricing. Hasil ini memperlihatkan adanya interaksi yang kompleks antara struktur kepemilikan dan sistem insentif dalam menentukan strategi keuangan perusahaan multinasional.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *Agency Theory* (Jensen & Meckling, 1976), yang menyatakan bahwa adanya pemisahan kepemilikan dan kontrol dalam perusahaan dapat menimbulkan konflik kepentingan antara pemilik (principal) dan manajer (agent). Dalam konteks ini, pemilik asing yang memiliki kekuatan kendali lebih besar cenderung mendorong strategi transfer pricing untuk memaksimalkan keuntungan global perusahaan, termasuk melalui pemindahan laba ke yurisdiksi pajak rendah. Meskipun mekanisme bonus tidak signifikan secara parsial, kontribusinya tetap terlihat dalam hubungan simultan, karena insentif keuangan dapat tetap memengaruhi perilaku manajerial ketika dikombinasikan dengan tekanan dari pemilik asing.

Dukungan empiris terhadap temuan ini dapat ditemukan dalam penelitian oleh Nugroho dan Safitri (2022), yang menemukan bahwa struktur kepemilikan dan sistem kompensasi manajer secara simultan berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Penelitian tersebut menegaskan bahwa meskipun variabel insentif manajerial tidak selalu dominan secara individual, tetapi memiliki kontribusi dalam menjelaskan motivasi penghindaran pajak ketika dikaji bersama dengan faktor lain. Hasil ini juga sejalan dengan temuan dari Sari & Ghozali (2020) yang menunjukkan bahwa kombinasi kepemilikan asing dan kebijakan bonus dapat meningkatkan kecenderungan praktik manipulasi laporan keuangan, termasuk transfer pricing.

Selain itu, perspektif *Compliance Theory* juga dapat menjelaskan hasil ini. Menurut teori ini, perusahaan melakukan kepatuhan terhadap regulasi bukan hanya karena kewajiban hukum, tetapi juga karena tekanan reputasi, sosial, dan ekonomis (Murphy, 2019). Dalam perusahaan multinasional, kepemilikan asing bisa menimbulkan tekanan kepatuhan dari negara asal atau investor internasional, sementara mekanisme bonus mungkin tidak dirancang untuk memfasilitasi manipulasi, tetapi dapat mendukung kebijakan keuangan yang lebih efisien jika terintegrasi dengan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, hubungan simultan antara dua variabel tersebut terhadap transfer pricing mencerminkan dinamika kompleks antara kepatuhan, kepentingan pemilik, dan perilaku manajerial.

Dengan demikian, hasil ini menyiratkan bahwa pengawasan terhadap praktik transfer pricing sebaiknya tidak hanya difokuskan pada satu aspek, seperti kepemilikan asing atau bonus manajerial saja, tetapi mempertimbangkan keduanya secara bersamaan. Regulasi perpajakan dan kebijakan pengungkapan (disclosure) yang transparan perlu didorong untuk meminimalkan peluang manipulasi harga transfer. Penguatan tata kelola perusahaan, peningkatan kualitas audit, dan penyelarasan sistem kompensasi dengan prinsip integritas dan keberlanjutan dapat menjadi langkah strategis untuk mengurangi risiko penyalahgunaan transfer pricing oleh entitas multinasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan proporsi kepemilikan asing yang lebih besar cenderung menggunakan transfer pricing sebagai strategi pengelolaan laba dan pengoptimalan pajak. Sebaliknya, mekanisme bonus tidak terbukti berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap transfer pricing, yang mengindikasikan bahwa insentif finansial berbasis laba dalam bentuk bonus tidak menjadi pendorong utama dalam manipulasi harga transfer pada perusahaan yang diteliti.

Secara simultan, kepemilikan asing dan mekanisme bonus bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap transfer pricing, yang mengindikasikan bahwa meskipun bonus tidak berpengaruh secara individual, keberadaannya bersama dengan kepemilikan asing memengaruhi perilaku manajerial dalam menentukan kebijakan transfer pricing. Temuan ini menggarisbawahi kompleksitas hubungan antara struktur kepemilikan, insentif manajerial, dan strategi perpajakan yang diterapkan oleh perusahaan multinasional. Oleh karena itu, pengawasan dan regulasi perlu memperhatikan interaksi berbagai faktor tersebut untuk mencegah praktik transfer pricing yang merugikan negara.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya penguatan regulasi pajak dan tata kelola perusahaan dalam mengawasi perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar. Otoritas pajak dan pemangku kepentingan harus memperhatikan tidak hanya kepemilikan asing, tetapi juga struktur insentif manajerial dalam upaya mengendalikan praktik transfer pricing yang dapat mengurangi penerimaan pajak nasional. Selain itu, perusahaan perlu menyusun kebijakan bonus yang tidak hanya berfokus pada kinerja finansial jangka pendek, melainkan juga mempertimbangkan aspek kepatuhan dan keberlanjutan agar dapat mengurangi risiko manipulasi harga transfer.

DAFTAR PUSTAKA

Alm, J., & Torgler, B. (2019). Do ethics matter? Tax compliance and morality. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 635–651.

Amidu, M., Jones, P., & Kamau, R. (2019). *Transfer pricing enforcement in emerging markets*. Journal of International Taxation, 18(4), 234–249.

Buckley, Peter J., & Markusen, J. R. (2009). *Internalization theory*. Journal of International Business Studies.

Chen, L., & Alvarez, M. (2023). Transfer pricing challenge in global FMCG. *International Journal of Taxation*, 29(2), 134–150.

Depari, A. B. U. S., Ramadhan, R., & Firmansyah, A. (2020). *Transfer Pricing Decisions at Multinational Companies in Indonesia: Tax Expenses, Foreign Ownership, Intangible Assets*. Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis.

Doe, J., & Lee, S. (2020). *Corporate profit shifting and tax base erosion: A review*. International Tax Review, 22(1), 45–63.

Eden, L. (2020). The ethics of transfer pricing. *Journal of Business Ethics*, 162(4), 627–645.

Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.

Fernandes, R. (2023). Brazil's agreement with P&G on transfer pricing compliance. *Latin America Tax Journal*, 18(3), 78–89.

Garcia, L., & Wong, T. (2021). *The fiscal cost of cross-border profit allocation*. Public Finance Quarterly, 35(2), 112–130.

Hill, C. W. L., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2021). *Strategic Management: Theory: An Integrated Approach* (13th ed.). Cengage Learning.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.

Juarsa Badri, N. A. D., & Putra, Y. E. (2022). Analisis kepemilikan asing dan transfer pricing. *Jurnal Keuangan Global*, 16(1), 33–52.

Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2020). Enforced versus voluntary tax compliance: The "slippery slope" framework. *Journal of Economic Psychology*, 41, 151–165.

Kumar, V. (2021). Underpricing in Hindustan Unilever: A case study. *Journal of Indian Taxation*, 14(1), 22–35.

Lee, S. (2022). OECD arm's length principle in practice: Unilever's compliance. *Global Finance Review*, 11(4), 45–59.

Melmusi, A. (2020). Pengaruh mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 13(2), 45–62.

Mendes, P. (2024). Transfer pricing investigations in Brazil: The P&G case. *Brazilian Tax Review*, 5(1), 12–27.

OECD. (2018). *BEPS action plan and guidelines*. OECD Publishing.

OECD. (2019). *Transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administrations*. OECD Publishing.

OECD. (2020). *Corporate tax challenges in a digitalized world*. OECD Publishing.

OECD. (2022). *OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations 2022*. OECD Publishing.

Oktaviano, B., Wulandari, D., & Masitoh, S. (2022). *Tax Avoidance through Transfer Pricing: How Foreign Ownership Moderates the Effects*. Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa.

Park, J. (2021). The role of transfer pricing in tax planning. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 32(2), 56–72.

Patel, R. (2022). *Pricing strategies and tax optimization in global enterprises*. Business Tax Journal, 27(3), 78–95.

Rahadian, F. (2020). Foreign ownership and transfer pricing in Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 15(2), 101–118.

Refgia, S. (2021). Impact of ownership structure on transfer pricing: Empirical evidence. *Jurnal Ekonomi Internasional*, 18(3), 67–82.

Salsalina, R., Taufik, T., & Ahmad, R. (2019). *Analisis Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 8(2), 145–156.

Saraswati, L., & Sujana, I. G. (2021). Bonus mechanisms and pricing decisions in multinationals. *Akuntansi dan Manajemen*, 9(1), 90–105.

Sikka, P., & Willmott, H. (2019). The dark side of transfer pricing: Its role in tax avoidance and wealth retentiveness. *Critical Perspectives on Accounting*, 63, 102097.

Smith, A. (2023). *Challenges in transfer pricing audits: Auditor capacity and knowledge gaps*. Tax Administration Review, 31(1), 56–72.

Smith, J., & Tan, L. (2019). Transfer pricing dynamics in consumer goods multinationals. *Journal of International Tax Policy*, 25(1), 88–105.

Tyler, T. R. (2018). *Why People Obey the Law* (2nd ed.). Princeton University Press.