

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di masa sekarang, banyak peristiwa yang terbentuk melalui perkembangan ekonomi dan bisnis yang meningkat semakin pesat. Perkembangan ini membuat arus barang, jasa, modal dan Sumber Daya Manusia (SDM) akan masuk dan keluar dari suatu negara tanpa hambatan. Dengan hilangnya hambatan tersebut membuat kegiatan perdagangan lintas negara berkembang dengan sangat pesat tanpa batas dan merangsang perkembangan perusahaan multinasional yang mengoperasikan cabang dan anak perusahaannya. Pendirian anak perusahaan di berbagai negara merupakan salah satu strategi bisnis perusahaan untuk memenangkan persaingan seperti mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar, menguasai sumber-sumber.

Perusahaan multinasional atau Multinational Corporation (MNC) yang mengembangkan anak perusahaan di berbagai negara tidak lepas dari masalah yang harus dihadapi, hal ini terjadi karena perbedaan peraturan dan kebijakan yang diatur dalam setiap negara. Salah satu perbedaannya yaitu terkait dengan masalah pajak di setiap negara, perbedaan ini mendorong perusahaan untuk

meminimalkan pajak dengan melakukan praktik harga transfer.¹ Tingginya kasus harga transfer yang terjadi di beberapa negara, akhirnya dibentuk beberapa peraturan diantaranya *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) *Action* oleh *Organization for Economic Corporation and Development* (OECD), dengan beberapa negara yang bergabung di G-20 sepakat untuk menutup lubang (*loophole*) harga transfer dengan menciptakan dunia perpajakan internasional yang lebih transparan.² Adanya perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional akan melakukan praktik *transfer pricing*. Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang dimana operasinya tidak hanya berpusat disatu negara saja, tetapi juga di beberapa negara. Transaksi yang terjadi pada perusahaan multinasional berupa penjualan barang antar perusahaan yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa. Perusahaan akan sulit untuk menentukan harga atas transaksi penjualan antar perusahaan apabila perusahaan memiliki anak perusahaan di berbagai negara, oleh sebab itu perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat menentukan harga atas transaksi-transaksi tersebut.³

¹ Eka Hariyani, Sri Ayem, "Pengaruh *Tunneling incentive* Dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer Dengan *Tax minimization* Sebagai Variabel Moderasi", *Prive*, Vol. 4, No. 1, 2021, H 51

² Darussalam, "Apa itu BEPS?", DDTCNews, (<https://news.ddtc.co.id/literasi/kelas-pajak/11361/apa-itu-beps>), 19 November 2017, 08.10)

³ Akromun Nisa, "*Tax minimization* Sebagai Moderasi Pada Pengaruh *Tunneling incentive*, Mekanisme Bonus, Dan Debt Covenant Terhadap *transfer pricing* (Studi Empiris Pada

Transfer pricing adalah metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga tranfer transaksi, baik melibatkan penjualan, pembelian, penyediaan jasa, transaksi aset tak berwujud atau masalah keuangan lainnya dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.⁴ Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.⁵

Penelitian ini fokus pada evaluasi perusahaan subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024, dengan tujuan untuk memproyeksikan *transfer pricing*. Berikut ini disajikan pada tabel 1.1 yang diambil dari sebagian data perusahaan yang mengalami fenomena pada perusahaan subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024:

Perusahaan Manufaktur Di Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2023 H 1

⁴ Nurul Isroq Patrirosa Dan Febransyah, "Pengaruh Pajak Penghasilan, Profitabilitas, Dan *Tunneling incentive* Terhadap *transfer pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2019-2023", *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting And Management*, Vol. 3 No. 2, 2025, H 542

⁵ Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R.(2013). *The Impact Of Board Of Director Oversight Characteristic On Corporate Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*.

Tabel 1.1
Data Tranfer Pricing Beberapa Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di BEI

No	Nama Perusahaan	2022	2023	2024
1	PT Mayora Indah Tbk	0,9289543	0,94372775	0,92824638
2	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	0,4867432	0,48833738	0,4638474
3	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	0,1788301	0,12530696	0,16969903

Sumber : Data Olah, 2025

Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas mennunjukkan bahwa adanya proporsi piutang pihak berelasi yang cukup tinggi dibandingkan dengan total piutang. Sebagai contoh, pada PT Mayora Indah Tbk selama periode 2022–2024, tercatat bahwa lebih dari 92% hingga 94% piutang perusahaan berasal dari pihak berelasi. Tingginya ketergantungan terhadap pihak-pihak berelasi ini berpotensi menimbulkan permasalahan, baik dari sisi risiko keuangan maupun tata kelola perusahaan. Berbeda halnya dengan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk, yang menunjukkan rasio piutang pihak berelasi sekitar 46%–49%, dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yang hanya mencatat angka relatif kecil, yaitu 12%–17%. Perbedaan yang cukup mencolok ini mencerminkan adanya variasi strategi perusahaan dalam mengelola hubungan transaksi dengan pihak-pihak berelasi.

Tingginya proporsi piutang pihak berelasi patut mendapat perhatian lebih karena berpotensi berkaitan dengan praktik *transfer pricing*. *transfer pricing* sendiri merupakan penentuan harga atas transaksi barang, jasa, atau aset tak berwujud yang dilakukan antar entitas dalam satu grup usaha, yang sering kali menjadi instrumen untuk mengalihkan laba (*profit shifting*). Praktik ini dapat dilakukan melalui manipulasi harga transaksi dengan pihak berelasi, sehingga berdampak pada besaran laba kena pajak yang dilaporkan perusahaan. Kondisi ini tentunya berimplikasi pada kepatuhan perpajakan serta transparansi laporan keuangan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing* tersebut. Adapun faktor tersebut seperti profitabilitas, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah Profitabilitas merupakan suatu tolak ukur dalam kinerja perusahaan untuk mengelola aset perusahaan agar mampu mencapai laba semaksimal mungkin dalam waktu tertentu.⁶ Peningkatan laba suatu perusahaan dapat menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan semakin tinggi, sehingga terdapat kemungkinan bagi perusahaan untuk melakukan cara agar dapat memperkecil jumlah pajak yang dibayarkan

⁶ Latersia Br Gurusinga, Yusraini, Dan Angelin, "Pengaruh Profitabilitas, Pajak, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing", Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK), Vol. 7, No. 2, 2024. H 194

dengan menggunakan transfer pricing . Praktek transfer pricing yang biasanya dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara menyesuaikan harga transfer atas transaksi yang dilakukan antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Penyesuaian harga transfer ini dilakukan untuk dapat menyesuaikan laba yang diperoleh, agar tarif pajak yang dibayarkan oleh perusahaan lebih rendah.⁷

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba perusahaan berpotensi mendorong perusahaan untuk melakukan praktik transfer pricing sebagai upaya menekan beban pajak yang harus dibayarkan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa laba yang tinggi akan berimplikasi pada beban pajak yang lebih besar, sehingga perusahaan cenderung mencari cara untuk menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Salah satu caranya adalah dengan mengalihkan sebagian laba ke entitas afiliasi yang berlokasi di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga perusahaan tetap mampu mencatat laba tinggi namun membayar pajak dalam jumlah yang lebih kecil.⁸

Faktor kedua yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* adalah pemindahan harta perusahaan dari anak

⁷ Michelle Filantropy Mineri dan Melvie Paramitha, “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing”, Jurnal Analisa Akutansi dan Perpajakan, Vol. 5, No. 1, 2021, h 35-44

⁸ Ade Pathya Purwanti, et al, “ Pengaruh Profitabilitas, Transfer Pricing, dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, Center of Economic Student Journal Vol. 8 No. 3, 2025, h 890

usaha pada satu negara ke anak usaha atau induk usaha di negara lainnya, atau dari perusahaan ke pemegang saham pengendali (pemegang saham asing) untuk tujuan memperkaya pemegang saham pengendali.⁹ Praktik dari *tunneling incentive* antara lain tidak membagikan dividen, menjual aset perusahaan pada pemegang saham pengendali atau perusahaan yang dikuasai oleh pemegang saham pengendali dengan harga lebih murah dibandingkan harga seharusnya, posisi kunci perusahaan diduduki oleh pemegang saham pengendali, sehingga proses *tunneling* bisa lebih mudah dilakukan.¹⁰ Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* mendorong perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* sebagai salah satu mekanisme pemindahan kekayaan dari perusahaan kepada pemegang saham pengendali. Melalui penetapan harga transfer yang tidak wajar antar entitas yang memiliki hubungan istimewa, pemegang saham pengendali dapat mengalihkan laba atau aset perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun kelompoknya.

⁹ Santi Nur Hodijah dan Imam Hidayat, “Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Dan Multinationality Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)”, Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa), Vol. 27, No. 2, 2023, h 103

¹⁰ Muhammad Sani Kurniawan et al, “Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Tindakan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”, Seminar Nasional Pakar ke 1, 2018, h 236

Tunneling incentive yang diukur melalui proporsi kepemilikan saham asing terbesar mencerminkan adanya kemampuan pemegang saham asing yang dominan untuk memengaruhi keputusan manajerial, termasuk dalam penetapan kebijakan transfer pricing. Hubungan antar pihak terafiliasi sering dimanfaatkan secara oportunistik untuk melakukan pengalihan aset, seperti transaksi jual beli dengan harga tidak wajar, demi keuntungan pihak pengendali. Berdasarkan agency theory, konflik kepentingan antara pemilik saham pengendali asing dan pemilik saham minoritas merupakan akar dari permasalahan agensi.¹¹ Dalam konteks perusahaan multinasional, pemegang saham asing dengan kendali besar bersama pihak manajemen dapat membuat keputusan yang merugikan pemegang saham non pengendali maupun negara. Konsentrasi kepemilikan oleh satu pihak asing memperbesar potensi terjadinya praktik tunneling. Pemegang saham asing dengan pengaruh signifikan cenderung berorientasi pada pengembalian investasi yang tinggi, sehingga lebih memilih strategi transfer pricing untuk memindahkan kekayaan perusahaan demi keuntungan sendiri, daripada berbagi laba dengan pemegang saham lainnya.¹²

¹¹ Elfaumi Farkhah Elfa, Agus Ismaya Hasanudin, and Tri Lestari Lestari, "Transfer Pricing Policy: The Role of Taxes, Incentive Tunneling and Bonus Mechanism," *Journal of Applied Business, Taxation, and Economics Research*, Vol.1, No.6, 2022, h. 562,

¹² *ibid*,

Faktor ketiga yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala seberapa besar atau kecil perusahaan, perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki struktur organisasi yang kompleks, aktivitas bisnis lintas entitas yang lebih luas, serta volume transaksi yang tinggi.¹³ Ukuran perusahaan merupakan skala yang mendeskripsikan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan ketentuan, seperti, total penjualan, total aktiva, log size dan lain-lain. Ukuran perusahaan menjadi karakteristik perusahaan tersebut dengan struktur perusahaannya. Semakin besar aset suatu perusahaan maka kompleksitas perusahaan juga bertambah luas serta termasuk dalam pengambilan keputusan manajemen.¹⁴

Ukuran perusahaan juga dapat menetapkan banyak atau sedikitnya perusahaan tersebut melakukan transfer pricing. Penyalahgunaan transfer pricing akan meningkat jika perusahaan yang berukuran besar dan mempunyai aset besar, dimana perusahaan tersebut dianggap lebih terjamin dalam memperoleh laba yang konsisten serta lebih mampu memperoleh keuntungan jika dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.¹⁵ Hal tersebut dikarenakan Perusahaan besar biasanya terlibat dalam berbagai

¹³ Richardson Dkk. 2013. “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: A Test of Legitimacy Theory*”. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol. 26 No 1, H 79

¹⁴ Ibid,

¹⁵ Atika Tri Yudiman et al, “Pengaruh Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing”, *Jurnal Penkomi*, Vol. 8, No.1, 2025, h 344

aktivitas bisnis, dan transaksi keuangan, hal itu membuat perusahaan mudah dalam melakukan manipulasi dalam transaksi keuangannya untuk menghindari pajak perusahaan. Jika perusahaan di kategorikan sebagai perusahaan berukuran besar dengan total aset dan keuntungan yang besar maka beban pajak yang harus dibayar juga akan tinggi, sehingga ukuran perusahaan ini menjadi salah satu cara dalam menentukan banyak atau sedikitnya praktik transfer pricing yang dilakukan pada perusahaan.¹⁶

Ukuran perusahaan juga merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan suatu perusahaan untuk melakukan transfer pricing karena ukuran perusahaan mempunyai suatu nilai yang dapat menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan.¹⁷ Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaannya dan hal ini dapat menandakan bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama.¹⁸ Perusahaan besar cenderung lebih memberikan perhatian kepada publik dan pihak berkepentingan lainnya, oleh karena itu pimpinan perusahaan besar kurang mempunyai insentif untuk

¹⁶ Sintiana, S., & Purnomo, L., “Determinan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing Dengan Di Moderasi Ukuran Perusahaan (Perusahaan Energy 2017-2021)”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 4, h 252–268.

¹⁷ Robiyanto, F., Zuliyati, Z., & Sari, E. N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Accounting Global Journal*, 6(1), 46–66.

¹⁸ 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.

melakukan manajemen laba termasuk transfer pricing dan lebih berhati-hati dalam melaksanakan pelaporan keuangan.¹⁹ Oleh karena itu, semakin besar perusahaan maka semakin kecil pula volume transfer pricing yang terjadi.²⁰ Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan bahwa perusahaan yang mempunyai laba besar cenderung melakukan transaksi penghindaran pajak.²¹ Jadi kemungkinan terjadinya transfer pricing akan lebih besar jika dilakukan oleh perusahaan yang ukurannya cukup besar atau perusahaan yang mempunyai asosiasi atau grup perusahaan.²²

Dalam penelitian ini menggunakan variabel moderasi, yaitu *Tax minimization*. *Tax minimization* merupakan strategi untuk meminimalkan beban pajak terutang melalui tindakan transfer biaya dan akhirnya transfer pendapatan ke negara dengan tarif pajak rendah.²³ *Tax minimization* dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan serta biaya suatu perusahaan

¹⁹ Prabaningrum, D. D., Astuti, T. P., & Harjito, Y. (2021). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan dan Ukuran Perusahaan terhadap Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 47.

²⁰ Suyanto, S., & Putri, I. S. (2017). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Kebijakan Tax Amnesty (Pengampunan Pajak), dan Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 49.

²¹ Nuzul, P. A., & Muhammad Nuryatno Amin. (2023). Pengaruh Pajak, Leverage, Profitabilitas, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3643–3652

²² ouw, F. (2020). Berbagai Faktor Yang Memengaruhi Perusahaan dalam Pengambilan Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(2), 6

²³ Yulianti, S., & Rachmawati, s. *Tax minimization* Sebagai Pemoderasi Pada Pengaruh Tunnelling Incentive Dan Debt Covenant Terhadap Ketetapan *transfer pricing*. In *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, Vol. 2, No.2, 2019,

yang mempunyai hubungan istimewa kepada perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya berbeda. Cara *transfer pricing* dengan cara kiat memanipulasi beban biaya transaksi antar perusahaan yang memegang hubungan istimewa bertujuan mengecilkan beban pajak terutang. Motivasi dilakukannya harga transfer dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan terafiliasi dengan maksud untuk meminimalkan tanggungan jumlah pajak secara keseluruhan.²⁴ Praktik harga transfer dipicu dengan adanya beban pajak yang tinggi yang harus ditanggung perusahaan, hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menekan beban yang ditanggung.²⁵ Berdasarkan Teori *agency* dijelaskan bahwa meminimalkan pajak terjadi karena informasi asimetris antara manajer sebagai agent yang dapat mempengaruhi hal yang berhubungan dengan perusahaan kinerja, termasuk kebijakan pajak. Upaya meminimalkan pajak dilakukan perusahaan dengan mentransfer profit ke negara yang memiliki low tax rates melalui skema penentuan harga transfer dengan memanipulasi harga transaksi.

²⁴ Ratna Felix Nuradila, Raden Arief Wibowo, “*Tax minimization* Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara *Tunneling incentive*, Bonus Mechanism Dan Debt Covenant Dengan Keputusan *transfer pricing*”, *Journal Of Islamic Finance And Accounting*, Vol. 1 No. 1, 2018, H 66

²⁵ Sanintya Mayantya, “Pengaruh *Tax minimization*, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, Exchange Rate, Dan Kualitas Audit Terhadap Keputusan *transfer pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)”, Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018, H 21

Profitabilitas berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*, terutama saat perusahaan berupaya menekan beban pajak. Semakin besar laba, semakin kuat insentif untuk memindahkan keuntungan ke entitas di wilayah dengan pajak lebih rendah. Namun, kekuatan pengaruh ini bergantung pada sejauh mana perusahaan menekankan strategi efisiensi pajak. Jika fokus pada penghindaran pajak tinggi, kaitan antara profitabilitas dan *transfer pricing* akan semakin kuat. Sebaliknya, jika efisiensi pajak bukan prioritas, pengaruhnya akan lebih lemah.²⁶

Selain profitabilitas, *Tunneling incentive* memberikan dorongan kepada pemegang saham pengendali untuk memindahkan sumber daya demi kepentingan pribadi tunneling dapat dilakukan melalui *transfer pricing*, terutama ke entitas di daerah dengan pajak rendah. Upaya penghematan pajak *Tax minimization* memperkuat kecenderungan ini. Semakin besar fokus perusahaan pada pengurangan pajak, semakin besar pula kemungkinan *transfer pricing* dimanfaatkan untuk tunneling. Sebaliknya, jika penghematan pajak bukan prioritas, risiko dari praktik ini akan dihindari. Jadi, *Tax*

²⁶ Dirvi Surya Abbas, Adelia Zufa Marsanda, Nur Amanah Yulianti, “Pengaruh *Tax minimization* Dan Audit Tenure Terhadap *transfer pricing* Dengan Firm Size Sebagai Variabel Pemoderasi”, *Urnal Riset Akuntansi Politala*, Vol. 8 No. 1, 2025, H. 115

minimization memperkuat hubungan antara insentif tunneling dan penggunaan *transfer pricing*.²⁷

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kecenderungan penggunaan *transfer pricing* karena perusahaan besar umumnya memiliki operasi yang kompleks dan jaringan internasional yang luas. Hal ini memberi peluang lebih besar untuk mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak rendah. Pengaruh ini akan semakin kuat jika perusahaan juga menerapkan strategi *Tax minimization* secara agresif. Sebaliknya, perusahaan besar yang tidak fokus pada penghematan pajak cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan *transfer pricing*. Dengan demikian, *Tax minimization* memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan praktik *transfer pricing*.²⁸

Terkait *transfer pricing* ini, berikut ini merupakan fenomena praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2022–2024. Hal tersebut disajikan melalui data *transfer pricing* beserta faktor yang mendorongnya seperti profitabilitas, *tunneling*

²⁷ Cledy, H., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 247–264. <https://doi.org/10.25105/Jat.V7i2.7454>

²⁸ Hariyani, E., & Ayem, S. (2021). Pengaruh *Tunneling incentive* Dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer Dengan *Tax minimization* Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Of Economic, Business And Engineering (JEBE)*, 2(1), 1–13.

incentive, dan ukuran adapun penjelasannya beserta fenomena yang terjadi

dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Tranfer Pricing Beberapa Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2022 – 2024

No	Nama Perusahaan	Tahun	<i>transfer pricing</i>	Profitabilitas	<i>Tunneling incentive</i>	Ukuran Perusahaan
1	PT Mayora Indah Tbk	2022	93%	9%	0%	3073%
		2023	94%	14%	0%	3080%
		2024	93%	10%	0%	3102%
2	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	2022	49%	10%	43%	2905%
		2023	49%	8%	43%	2900%
		2024	46%	10%	43%	2895%
3	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	2022	18%	7%	29%	2962%
		2023	13%	8%	30%	2964%
		2024	17%	8%	30%	2976%

Sumber: Data Olah, 2025

Berdasarkan dari data beberapa perusahaan diatas menunjukkan adanya indikasi terjadinya praktek tranfer pricing yang dilakukan. hal ini dibuktikan melalui pada PT Mayora Indah Tbk tingkat profitabilitas cenderung fluktuatif, namun *transfer pricing* tetap berada pada level tinggi, yaitu sekitar 93–94% setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya profitabilitas tidak serta-merta mengurangi praktik *transfer pricing*,

bahkan dapat mendorong perusahaan untuk mengalihkan laba ke entitas afiliasi dengan tujuan efisiensi pajak maupun pengelolaan laporan keuangan.

Fenomena yang berbeda terlihat pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yang memiliki profitabilitas rendah dan relatif stabil di kisaran 7–8%. Perusahaan ini justru menurunkan tingkat *transfer pricing* dari 32% pada tahun 2022 menjadi 17% pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas rendah cenderung menekan praktik *transfer pricing* karena keterbatasan laba yang dapat dialihkan, sekaligus agar tetap mempertahankan citra kinerja keuangan di hadapan investor. Dengan demikian, hubungan antara profitabilitas dan *transfer pricing* tidak bersifat linear, melainkan dipengaruhi oleh strategi manajerial perusahaan dalam mengelola laba.

Selain itu, faktor *tunneling incentive* juga memiliki peran penting dalam mendorong praktik *transfer pricing*. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk, misalnya, menunjukkan adanya *tunneling incentive* yang cukup tinggi di kisaran 43–46%, yang berjalan beriringan dengan tingkat *transfer pricing* pada level menengah (46–49%). Hal ini memperlihatkan bahwa adanya kepentingan pemegang saham pengendali dapat menjadi dorongan kuat bagi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun, kondisi PT Mayora Indah Tbk menunjukkan bahwa meskipun tidak terdapat *tunneling incentive*,

perusahaan tetap melakukan *transfer pricing* tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *tunneling incentive* dapat memperkuat praktik *transfer pricing*, meskipun praktik ini juga tetap dilakukan oleh perusahaan yang tidak memiliki insentif tersebut secara eksplisit.

Jika ditinjau dari ukuran perusahaan, fenomena yang muncul juga tidak konsisten. PT Mayora Indah Tbk dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk menunjukkan tren peningkatan ukuran perusahaan yang diiringi aktivitas *transfer pricing*, sedangkan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk mengalami penurunan ukuran perusahaan dengan tingkat *transfer pricing* yang relatif stabil. Pola ini memperlihatkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak secara langsung menentukan intensitas *transfer pricing*. Baik perusahaan dengan skala besar maupun perusahaan yang ukuran asetnya menurun, tetap berpotensi melakukan *transfer pricing* sesuai dengan kebutuhan dan strategi internal.

Dari fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik *transfer pricing* dalam industri makanan dan minuman tidak hanya dipengaruhi oleh profitabilitas, tetapi juga berkaitan dengan kepentingan pemegang saham pengendali (pemegang saham asing) serta strategi perusahaan dalam mengelola skala usahanya. Hal ini menjadikan isu *transfer pricing* sebagai salah satu topik yang relevan untuk diteliti kembali, mengingat praktik

tersebut tidak hanya berdampak pada laporan keuangan perusahaan, tetapi juga terhadap penerimaan negara melalui pajak. Hal ini karena praktik *transfer pricing* seringkali digunakan oleh perusahaan multinasional, termasuk di sektor makanan dan minuman, sebagai strategi untuk mengalihkan laba ke entitas lain yang berada di yurisdiksi dengan tarif pajak lebih rendah. Pemegang saham pengendali, terutama yang berasal dari luar negeri, memiliki pengaruh besar dalam menentukan kebijakan harga transfer antar entitas dalam grup perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan skala usaha yang besar cenderung memiliki fleksibilitas dan sumber daya lebih untuk melakukan pengaturan harga transfer guna meminimalkan beban pajak. Kondisi tersebut dapat menimbulkan risiko pengurangan penerimaan negara dan menurunkan keadilan dalam sistem perpajakan.²⁹

Berdasarkan penjelasan dan fenomena di atas, penelitian ini perlu dilakukan dengan judul **“Pengaruh profitabilitas, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai moderasi (studi kasus perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2024)”**.

²⁹ Walid Hasbi dan Achmad Fadjar, “Pengaruh Profitabilitas, Transfer Pricing Dan Kepemilikan Asing Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019–2023”, JIMEA, Vol. 9 No.2, 2025, h 2460

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?
2. Bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?
5. Bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?

6. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga penyusunan serta penulisan agar lebih terstruktur dan terarah demi menghindari pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan, maka peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya fokus pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024
2. Indikator / alat ukur yang digunakan untuk menghitung variabel transfer pricing pada penelitian ini menggunakan rasio transfer pricing dengan membagi piutang pihak berelasi dengan total piutang.
3. Indikator / alat ukur yang digunakan untuk menghitung variabel profitabilitas pada penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) dengan membagi laba tahun berjalan (laba bersih) dengan total aset.
4. Indikator / alat ukur yang digunakan untuk menghitung variabel *tunneling incentive* pada penelitian ini menggunakan rasio tunneling incentive dengan membagi jumlah saham pihak asing dengan jumlah saham yang beredar.

5. Indikator / alat ukur yang digunakan untuk menghitung variabel ukuran perusahaan pada penelitian ini menggunakan logaritma natural ($\ln$) pada total aset.
6. Indikator / alat ukur yang digunakan untuk menghitung variabel *tax minimization* pada penelitian ini menggunakan rumus *effective tax rate* (ETR) dengan membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak
7. Peran variabel *tax minimization* sebagai variabel moderasi dalam hubungan variabel x terhadap y

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.

3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2020-2024.
6. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kebermanfaatan diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai Pengaruh profitabilitas, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan *Tax minimization* sebagai variabel moderasi. Secara nyata penelitian ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi yang ingin mengembangkan studi lebih lanjut terkait hubungan antara variabel-variabel tersebut. Misalnya, studi lanjutan dapat mengeksplorasi peran variabel lain seperti mekanisme bonus atau leverage dalam memoderasi hubungan ini.

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini memberikan manfaat besar bagi peneliti lain, baik sebagai referensi, model maupun inspirasi studi lanjutan. Dengan memanfaatkan hasil penelitian ini, peneliti lain dapat memperluas wawasan akademik dan memberikan kontribusi baru dalam bidang *transfer pricing* dan penghindaran pajak.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan yang beroperasi di dalam negeri, terutama bagi grup usaha yang memiliki beberapa entitas atau divisi. Dengan menerapkan kebijakan harga transfer antar unit yang wajar, perusahaan dapat mengelola arus kas secara efisien dan memastikan bahwa setiap unit usaha dinilai berdasarkan kontribusinya masing-masing. Hal ini membantu dalam penilaian kinerja, penyusunan anggaran, dan pemberian insentif yang adil.

b. Bagi Investor

Penelitian ini memberikan manfaat nyata seperti membantu dalam mengatur alokasi pendapatan dan beban antar entitas dalam satu grup perusahaan. Hal ini memungkinkan strategi pajak yang lebih efisien, peningkatan efisiensi operasional, serta mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik.

c. Peningkatan Kebijakan Pajak

Dengan memastikan bahwa setiap unit usaha melaporkan laba sesuai nilai transaksi yang wajar. Ini mencegah praktik pengalihan laba antar wilayah yang dapat merugikan penerimaan negara. Dengan mekanisme ini, setiap daerah memperoleh bagian pajaknya

secara adil, yang pada akhirnya mendorong peningkatan pendapatan pajak nasional dan memperkuat sistem kepatuhan perpajakan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara umum bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan secara ringkas bagian dari masing-masing bab dengan sistematika berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan terkait latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan landasan teori dan konsep yang mendasari dan mendukung penelitian, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, operasionalisasi variabel, jenis data dan sumber, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskriptif data dan analisis data serta pembahasan mengenai permasalahan penelitian ini yang

dimana permasalahan akan diselesaikan secara tuntas sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang ada

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan terkait kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, saran-saran untuk pengguna penelitian serta keterbatasan dari penelitian.

