

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*

(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)

Elwiska Admaja¹⁾, Zirman²⁾, Rusli²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email: elwiskaadmaja10@gmail.com

The Effect of Tax, Tunneling Incentive, Profitability and Firm Size on Transfer Pricing Decisions

(Empirical Study on Mining Companies Listing on Indonesian Stock Exchange for the 2016-2021 period)

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of tax, tunneling incentive, profitability and firm size on transfer pricing decisions. This population of this study is Mining Company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2016-2021 period. The research sample was selected using the purposive sampling method. The sample selected in this study was 8 companies and selected based on predetermined criteria. The data analysis method used is multiple linear regression. The result of the study show that tax and tunneling incentive has positive effect on transfer pricing decisions partially. Meanwhile, profitability and firm size have no effect on transfer pricing decisions.

Key words: Tax, Tunneling Incentive, Profitability, Firm Size, Transfer Pricing Decisions

PENDAHULUAN

Dengan adanya pengaruh globalisasi, menyebabkan pesatnya perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan. Globalisasi juga memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat di seluruh dunia baik dampak positif maupun dampak negatif. Salah satu akibat dari adanya globalisasi ialah perkembangan ekonomi dan bisnis yang memberikan dampak terhadap pola bisnis serta pesatnya peningkatan persaingan usaha antar pelaku bisnis. Perkembangan ekonomi yang sudah tidak mengenal

batas antar negara menjadi penyebab saat ini perusahaan tidak hanya fokus bersaing dengan perusahaan dari dalam negeri, akan tetapi perlu melakukan peningkatan kualitas perusahaan agar tetap mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan dari seluruh dunia.

Faktor ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan nasional menjadi perusahaan multinasional yang dalam kegiatan operasionalnya tidak hanya berpusat di satu negara, melainkan di beberapa negara. Yaitu dilakukan dengan cara mendirikan anak perusahaan serta membuka cabang di

berbagai negara. Terlebih lagi, pengaruh globalisasi juga mendukung perkembangan teknologi informasi, komunikasi, serta transportasi yang memberikan dampak besar bagi para pelaku bisnis.

Tax Justice Network mencatat penerimaan pajak yang tidak dapat dipungut akibat praktik penghindaran pajak di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 4,86 miliar per tahun, setara dengan Rp 69,1 triliun. Menurut *Tax Justice International* pada laporan *The State of Tax Justice 2020*, nominal tersebut setara dengan 4,39% dari total penerimaan pajak Indonesia dan 42,29% dari total belanja kesehatan. Apabila dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya, *Tax Justice Network* mencatat total penerimaan pajak Indonesia yang hilang akibat penghindaran pajak merupakan yang terbesar keempat se-Asia setelah China, India, dan Jepang (news.ddtc.co.id, 2020). Dalam laporan tersebut banyak perusahaan multinasional yang melakukan penghindaran pajak dengan cara mengalihkan laba perusahaan ke negara yang dianggap surga pajak atau negara yang memiliki tarif pajak yang rendah (Nasional.kontan.co.id, 2020).

Transfer pricing adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok antar divisinya, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pemungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan

pajaknya dan membuat beberapa negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak.

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan (Hartati *et al.*, 2015). Masalah antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini muncul disebabkan oleh yang pertama, lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas. Kedua, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas (Claessens *et al.*, 2002).

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset, dan modal tertentu (Anisyah, 2018). Profitabilitas merupakan tolok ukur kinerja manajemen yang dihitung dengan mengurangi harta yang masuk dengan harta yang keluar (Amanah and Suyono, 2020).

Menurut (Refgia, 2017) Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relatif lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih

berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Uraian latar belakang di atas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)**”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh profitabilitas terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap permasalahan ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi yang berkaitan langsung dengan pajak terutama mengenai masalah *transfer pricing*. Serta diharapkan dapat mengurangi kasus praktik penghindaran pajak oleh perusahaan sehingga bisa mengoptimalkan target penerimaan pajak dan meningkatkan *tax ratio* di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Sebagai sarana pengaplikasian teori akuntansi yang berkaitan langsung dengan pajak dan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai

acuan pelaku bisnis dalam melakukan pertimbangan pengambilan keputusan di perusahaan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya kewajiban perpajakan serta dampaknya terhadap negara.

d. Bagi Penulis

Sebagai sarana mengaplikasikan berbagai ilmu yang telah dipelajari dan menambah wawasan serta pengetahuan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen and Meckling, 1976). Secara garis besar (Jensen and Meckling, 1976) menggambarkan dua macam bentuk hubungan keagenan, yaitu antara manajer dengan pemegang saham (*shareholders*) dan antara manajer dengan pemberi pinjaman (*bondholders*). Penunjukan manajer oleh pemegang saham untuk mengelola perusahaan, menurut (Jensen and Meckling, 1976) akan memunculkan perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Perbedaan sangat mungkin terjadi karena para pengambil keputusan tidak perlu menanggung risiko sebagai akibat

adanya kesalahan dalam pengambilan keputusan bisnis, begitu pula jika mereka tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Risiko tersebut sepenuhnya ditanggung oleh para pemilik. Karena tidak menanggung risiko dan tidak mendapat tekanan dari pihak lain dalam mengamalkan investasi para pemegang saham, maka pihak manajemen cenderung membuat keputusan yang tidak optimal. Kondisi ini akan menimbulkan masalah keagenan.

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok antar divisinya, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya dan membuat beberapa negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak (Refgia, 2017).

Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. pajak adalah iuran

rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat jasa timbal balik yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Resmi, 2019).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio keuangan yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan. Hal ini diarahkan oleh ukuran keuntungan yang diperoleh dalam kaitannya dengan penjualan atau investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka akan semakin baik pula kemampuan menangkap laba perusahaan yang tinggi (Fahmi, 2014). Pengertian profitabilitas menurut (Hanafi, 2012) “Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan menjadi beberapa kelompok, antara lain perusahaan besar, menengah, dan kecil. Sedangkan perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk mencerminkan kecilnya ukuran suatu perusahaan berdasarkan total aset perusahaan (Suwito & Herawaty, 2005).

Kerangka Pemikiran

Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Transfer Pricing

Untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham tanpa melakukan manipulasi pada laporan keuangan, maka

manajer akan melakukan sebuah perencanaan pajak guna memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Dengan adanya perencanaan pajak yang dilakukan, maka diharapkan pajak yang akan ditanggung oleh perusahaan terminimalisir serta laba yang diperoleh pun menjadi lebih maksimal. Salah satu perencanaan pajak yang dilakukan tersebut ialah melakukan *transfer pricing* guna menghindari pembayaran pajak yang cukup tinggi. Dimana dengan melakukan *transfer pricing* suatu perusahaan telah melakukan pergeseran pendapatan dari negara yang pajaknya tinggi ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Jacob, 1996).

Dalam penelitian (Nazihah *et al.*, 2019) pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Motivasi pajak menjadi salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan melakukan transaksi ke perusahaan afiliasi yang berada di luar batas negara.

Hipotesis yang dapat dibuat berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

H₁: Pajak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing

Perusahaan multinasional sebagai sebuah perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak berelasi akan memiliki kemudahan dalam melakukan *tunneling incentive*. Kemudahan tersebut terjadi akibat adanya kemungkinan untuk memindahkan aset atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga laba perusahaan menjadi tampak lebih rendah. Kondisi

tersebut berguna sebagai sebuah upaya untuk memanipulasi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Kemudahan perusahaan multinasional untuk melakukan *tunneling incentive* akan mendorong *majority shareholders* untuk memaksakan keinginan mereka kepada manajer perusahaan untuk melakukan sebuah tindakan oportunistik berupa *transfer pricing*. Adanya kemudahan dalam melakukan tindakan *tunneling incentive* akan mendorong manajer perusahaan untuk melakukan pemindahan aset dan laba perusahaan mereka melalui *transfer pricing* (Jafri and Mustikasari, 2018).

Dalam penelitian (Baiti and Suryani, 2020) *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini menyatakan bahwa *tunneling incentive* lebih besar terjadi pada struktur kepemilikan terkonsentrasi tinggi dibandingkan pada struktur kepemilikan terkonsentrasi rendah.

Hipotesis yang dapat dibuat berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

H₂: Tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

Pengaruh Profitabilitas terhadap Keputusan Transfer Pricing

Hubungan keagenan antara manajer dan pemegang saham ini terjadi ketika ada investor yang melakukan investasi sehingga menjadi pemegang saham perusahaan tersebut. Dengan profitabilitas yang baik kemungkinan investor melakukan atau pemegang saham mempertahankan investasinya akan semakin Besar. Hal ini karena

profitabilitas dapat menggambarkan kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas juga memiliki arti penting dalam upaya perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan memiliki kinerja yang baik peluang di masa depan (Malerosa, 2018).

Semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan, semakin tinggi kemungkinan terjadinya pergeseran laba, dengan kata lain semakin besar ekspektasi perusahaan terhadap praktik *transfer pricing* (Bava dan Gromis, 2015).

Hipotesis yang dapat dibuat berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan Transfer Pricing

Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relatif lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan (Refgia, 2017).

Hipotesis yang dapat dibuat berdasarkan penjelasan diatas adalah sebagai berikut:

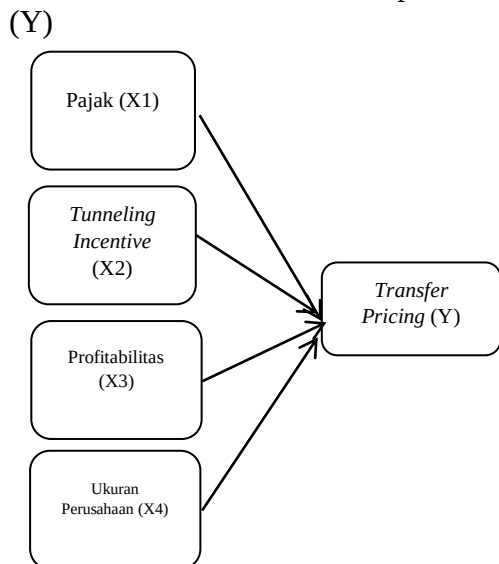
H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing

Metode Penelitian

Gambar 1 Model Penelitian

Variabel Independen (X)

Variabel Dependen (Y)



METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diakses melalui www.idx.co.id periode 2016-2021.

Populasi dan Sampel

Populasi untuk penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2021. Periode 6 tahun dipilih karena merupakan data yang bisa diperoleh dan hasil yang diharapkan lebih relevan terhadap kondisi di Indonesia

sekarang. Berdasarkan data BEI pada tahun 2020, terdapat 47 perusahaan pertambangan yang terdaftar dimana terdiri dari beberapa subsector. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria yang diterapkan dalam menentukan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Kriteria Sampel Perusahaan di Bidang Industri Pertambangan

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan di bidang industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021	47
2	Perusahaan di bidang industri pertambangan yang laporan keuangannya tidak menggunakan mata uang pelaporan dalam mata uang USD	(3)
3	Perusahaan di bidang industri pertambangan yang laporan tahunannya tidak tersedia secara lengkap selama periode 2016-2021	(3)
4	Perusahaan di bidang industri pertambangan yang tidak memiliki kepemilikan asing minimal 25%	(25)
5	Perusahaan di bidang industri pertambangan yang mengalami kerugian tahun 2016-2021	(8)
Total Perusahaan yang menjadi sampel		8
Tahun pengamatan		6
Total sampel untuk periode penelitian 2018-2020		48

Teknik Analisis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2021 melalui website resmi

www.idx.co.id. Teknik analisis data yang diperlukan untuk menganalisis data adalah menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* versi 26.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	33	0,0593	0,8643	0,1270	0,3201
Tunneling Incentive	33	0,6357	0,7179	0,5967	0,1112
Profitabilitas	33	0,0763	0,4711	0,1629	0,1207
Ukuran Perusahaan	33	\$116.375.759	\$1.666.239.000	\$565.093.261,0303	\$443.323.277,19362
Transfer Pricing	33	0,0012	11,3549	5,1960	5,2691
Valid N (listwise)	33				

Sumber: Data Olahan, 2022

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	216779471.34395927
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.113
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

Sumber: Data Olahan, 2022

Apabila nilai Asymp.Sig. di atas 0,05, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai Asymp.Sig. di bawah 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pajak	.941	1.063
	Tunneling Incentive	.842	1.187
	Profitabilitas	.835	1.198
	Ukuran Perusahaan	.789	1.267

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan didapatkan hasil keempat variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10.00, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	-4.832	12.098		-.399 .693
	Pajak	.227	.154	.254	1.472 .152
	Tunneling Incentive	.911	.519	.308	1.756 .090
	Profitabilitas	-.464	.230	-.376	-2.018 .053
	Ukuran Perusahaan	-.408	.285	-.275	-1.432 .163

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan hasil uji glejser diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai sig > 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.593 ^a	.352	.259	231747002.93002	1.763

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 6 diatas, diketahui nilai Durbin-Watson (DW) adalah sebesar 1,763, sehingga angka DW tersebut di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.

5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi

$$Y = 1.042.989.171 + 0,231 X_1 + 1,218 X_2 + (-0,243) X_3 + (-0,128) X_4 + e$$

Keterangan hasil pengujian di atas dijelaskan sebagai berikut:

1. Besarnya nilai konstanta (α) adalah sebesar 1.042.989.171 yang berarti dapat diasumsikan bahwa semua variabel independen pada penelitian ini tidak berpengaruh, maka besarnya *transfer pricing* adalah 1.042.989.171. Sehingga jika variabel independen bersifat konstan atau nol, maka manajemen akan mengalami peningkatan sebesar 1.042.989.171.
2. Besarnya nilai koefisien regresi variabel pajak adalah 0,231 yang berarti apabila terjadi peningkatan terhadap pajak sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai *transfer pricing* sebesar 0,231 dengan asumsi bahwa variabel lainnya adalah tetap.
3. Besarnya nilai koefisien regresi variabel *tunneling incentive*

adalah 1,218 yang berarti apabila terjadi peningkatan terhadap *tunneling incentive* sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai *transfer pricing* sebesar 1,218 dengan asumsi bahwa variabel lainnya adalah tetap.

4. Besarnya nilai koefisien regresi variabel profitabilitas adalah -0,243 yang berarti apabila terjadi peningkatan terhadap profitabilitas sebesar 1 maka akan menurunkan nilai *transfer pricing* sebesar -0,243 dengan asumsi bahwa variabel lainnya adalah tetap.
5. Besarnya nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan adalah -0,128 yang berarti apabila terjadi peningkatan terhadap ukuran perusahaan sebesar 1 maka akan menurunkan nilai *transfer pricing* sebesar -0,128 dengan asumsi bahwa variabel lainnya adalah tetap.
6. Kesalahan Random (e) adalah variabel yang bersifat acak dan memiliki nilai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

6. Hasil Uji T

Tabel 7. Uji T

Variabel Independen	t hitung	t tabel	Sig	Beta (β)
Pajak	2,148	2,048	0,003	0,223
<i>Tunneling Incentive</i>	3,037	2,048	0,005	0,504
Profitabilitas	-0,654	2,048	0,519	-0,109
Ukuran Perusahaan	-1,232	2,048	0,228	-0,211

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 7 diatas dapat dilihat hasil uji t (uji hipotesis) data penelitian sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,003 \leq 0,05$ dengan t hitung sebesar $2,148 > t$ tabel $2,048$. Dengan demikian, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis pertama diterima sehingga pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Nilai signifikansi variabel X2 sebesar $0,005 \leq 0,05$ dengan t hitung sebesar $3,037 > t$ tabel $2,048$. Dengan demikian, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis kedua diterima sehingga *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Nilai signifikansi variabel X3 sebesar $0,519 \geq 0,05$ dengan $-t$ hitung sebesar $(-0,654) < -t$ tabel $(-2,048)$. Dengan demikian, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis ketiga ditolak sehingga profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Nilai signifikansi variabel X4 sebesar $0,228 \geq 0,05$ dengan $-t$ hitung sebesar $(-1,232) < -t$ tabel $(-2,048)$. Dengan demikian, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis keempat ditolak sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

7. Hasil Uji F

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8154504124720299 50.000	4	203862603118 007488.000	3.796	.014 ^b
	Residual	1503786854277326 590.000	28	537066733670 47376.000		
	Total	2319237266749356 500.000	32			

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pajak, Tunneling Incentive, Profitabilitas

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa nilai sig F sebesar $0,014 < 0,05$ yang artinya model fit. Jadi variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

8. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.352	.259	231747002.93 002

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pajak, Tunneling Incentive, Profitabilitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* adalah sebesar 0,259 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* dapat dijelaskan oleh pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebesar 25,9% sedangkan sisanya 74,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Hasil analisis data terhadap hipotesis pertama (H1) diperoleh nilai thitung $> t$ tabel yaitu 2,148 dan nilai sig yang diperoleh dari kolom significant sebesar 0,003. Dengan demikian thitung $(2,148) > t$ tabel $(2,048)$ dan sig $(0,003) < \alpha$ $(0,05)$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini berarti pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan adalah untuk transaksi barang maupun jasa agar

keuntungan yang diperoleh perusahaan meningkat, dan sebagai upaya untuk meminimalisir pembayaran pajak terutang perusahaan. Mitigasi pajak juga mempunyai peluang untuk melakukan penjualan domestik antara perusahaan terkait karena perbedaan tingkat pajak. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya perusahaan mengindentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Hasil analisis data terhadap hipotesis kedua (H2) diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu 3,037 dan nilai sig yang diperoleh dari kolom significant sebesar 0,005. Dengan demikian thitung (3,037) > ttabel (2,048) dan sig (0,005) < alpha (0,05), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini berarti *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini mendukung teori *agency* yang membahas tentang konflik keagenan antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Konflik ini muncul karena pemegang saham pengendali akan cenderung menggunakan kendalanya untuk memindahkan keuntungan atau harta perusahaan untuk kepentingannya (*tunneling*),

dan akan merugikan pemegang saham minoritas yang kehilangan bagian atas keuntungan atau harta perusahaan yang dimilikinya. *Tunneling incentive* yang dilakukan perusahaan melalui *transfer pricing* justru dianggap akan lebih menimbulkan konflik diantara para *stakeholder* dalam suatu perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Hasil analisis data terhadap hipotesis ketiga (H3) diperoleh nilai thitung < ttabel yaitu -0,654 dan nilai sig yang diperoleh dari kolom significant sebesar 0,519. Dengan demikian thitung (-0,654) < ttabel (2,048) dan sig (0,519) > alpha (0,05), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal ini berarti profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini tidak membuktikan bahwa semakin rendah persentase laba suatu perusahaan, semakin tinggi pula dugaan perusahaan tersebut melakukan keputusan dalam praktik *transfer pricing*. Tinggi atau rendahnya tingkat laba yang didapat perusahaan tidak berpengaruh terhadap dugaan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Hasil analisis data terhadap hipotesis keempat (H4) diperoleh nilai thitung < ttabel yaitu -1,232 dan nilai sig yang diperoleh dari kolom significant sebesar 0,228. Dengan demikian thitung (-1,232) < ttabel (2,048) dan sig (0,228) > alpha

(0,05), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat (H4) ditolak. Hal ini berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran relatif lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil. Hal itu dikarenakan perusahaan besar cenderung akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pajak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Artinya, semakin tinggi pajak maka keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh positif

terhadap keputusan *transfer pricing*. Artinya, semakin tinggi *tunneling incentive* maka keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Artinya, semakin tinggi atau rendahnya profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
4. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Artinya, semakin besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak hanya dilihat dari laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan agar generalisasi dalam penentuan sampel lebih banyak, contohnya penentuan sampel ditentukan dengan teknik kuisioner sehingga dapat menentukan jumlah sampel yang lebih besar.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan obyek penelitian yang wilayah generalisasinya lebih besar dengan rentang waktu yang lebih

panjang agar hasil penelitian dapat mewakili variabel penelitian.

3. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan jumlah variabel penelitian yang lebih banyak dengan indikator variabel yang berbeda agar dapat diketahui variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing*, contohnya bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti *exchange rate*, mekanisme bonus, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N.A. (2019), "Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing", *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung*, No. April, pp. 53–66.
- Amanah, K. and Suyono, N.A. (2020), "Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi", *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol. 2 No. 1, pp. 1–13.
- Baiti, N. and Suryani. (2020), "Pengaruh effective tax rate, tunneling incentive, exchange rate dan mekanisme bonus pada keputusan transfer pricing perusahaan", Vol. 9 No. 2, pp. 109–120.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J. and Holmen, S. (2010), *Accounting for Volunteer Services in a Charitable Organization*, John Wiley & Sons, Inc.
- Hartati, W., Desmiyawati and Julita. (2015), "Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal SNA*, 18, pp. 241–246.
- Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976), "Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3 No. 4, pp. 305–360.
- Liu, Q. and Lu, Z. (Joe). (2007), "Corporate governance and earnings management in the Chinese listed companies: A tunneling perspective", *Journal of Corporate Finance*, Vol. 13 No. 5, pp. 881–906.
- Nasional.kontan.co.id. (2020), "Akibat penghindaran pajak, Indonesia diperkirakan rugi Rp 68,7 triliun", *Www.Nasional.Kontan.Co.Id*.
- news.ddtc.co.id. (2020), "Indonesia Diperkirakan Rugi Rp69 Triliun Akibat Penghindaran Pajak", 2020, pp. 1–13.
- Panda, B. and Leepsa, N.M. (2017),

- “Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives”, *Indian Journal of Corporate Governance*, Vol. 10 No. 1, pp. 74–95.
- Prabu Prakoso, J. (2020), “Sri Mulyani: Tax Ratio Rendah, Bukan Hal yang Membanggakan”, *Bisnis.Com*, pp. 1–6.
- Purwanto, G.M. and Tumewu, J. (2018), “Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Vol. 16 No. 1, pp. 47–56.
- Rahayu, T. tri, Masitoh, E. and Wijayanti, A. (2020), “Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing”, *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 5 No. 1, pp. 78–90.
- Refgia, T. (2017), “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing”, *JOM Fekon*, Vol. 4 No. 1, pp. 543–555.
- Sari, D. (2013), *Konsep Dasar Perpajakan*, PT Refika Adimata, Bandung.
- Sartono, A. (2010), *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*, 4th ed., BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Setiawan, H. (2014), “Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara”, available at: https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/2014_kajian_pprf_transfer_pricing_dan_risikonya_terhadap_penerimaan_negara.pdf.
- Soewadji, J. (2012), *Pengantar Metodologi Penelitian*, 1st ed., Mitra Wacana Media, Jakarta, Jakarta.
- Sugyiono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Bandung.
- Wafiroh, N.L. and Hapsari, N.N. (2016), “Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing”, *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, Vol. 6 No. 2, p. 157.
- Yumna, Z., Sumiati, A. and Susanti, S. (2021), “Pengaruh Effective Tax Rate (ETR), Exchange Rate, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing”, Vol. 2 No. 1.

