

**PENGARUH PAJAK, PROFITABILITAS, DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP
KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*
(Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI periode 2017-2019)**

Ahmad Arief, Rani Eka Diansari
Program Sarjana Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta
ahmadarifbrebres1997@gmail.com

ABSTRACT

Transfer prices will be carried out by entities with the aim of generating high profits, one way is by tax avoidance. Ownership of a company can influence the decision of company managers to transfer their wealth to themselves to controlling shareholders. The Companies generate high profitability tend to carry out transfer prices or transfer pricing. This research that has been done aims to analyze the impact of tax, profitability, and tunneling incentives on transfer pricing decisions. The research population is manufacturing companies listed on the IDX for a period of three years, namely 2017-2019, the sample in the study obtained 29 manufacturing companies from a total of 169 manufacturing companies, where the research method is purposive sampling. The technique used in this research is logistic regression assisted by the Statistical Package for Social Sciences application or commonly abbreviated as SPSS version 21.0. The results that have been done in this study suggest that tunneling incentives have an influence on transfer pricing decisions. But on the other hand, namely profitability and taxes have no influence on transfer pricing decisions. The coefficient of determination shows 19.8%, which means that transfer pricing can be explained by taxes, profitability, and tunneling incentives, on the other hand 80.2% is influenced by variables outside of this study.

Keywords: profitability, tunneling incentive, tax, transfer pricing.

ABSTRAK

Harga transfer atau biasanya dikenal dengan *transfer pricing* akan dilakukan oleh entitas mempunyai tujuan untuk menghasilkan profit yang tinggi salah satu caranya dengan *tax avoidance*. Kepemilikan perusahaan dapat mempengaruhi keputusan manajer perusahaan untuk memindahkan kekayaannya kepada diri sendiri atau kepada pemegang saham pengendali. Perusahaan yang menghasilkan profitabilitas yang tinggi cenderung akan melakukan harga transfer atau *transfer pricing*. Penelitian yang telah dilakukan ini mempunyai tujuan untuk analisis berpengaruhnya variabel pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Populasi penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI pada kurun waktu tiga tahun yaitu 2017-2019, sampel dalam penelitian didapatkan 29 perusahaan manufaktur dari total perusahaan manufaktur berjumlah 169 perusahaan, dimana metode penelitian yaitu *purposive sampling*. Teknik yang akan digunakan didalam penelitian ini yaitu *regression logistic* dibantu aplikasi *Statistical Package for Social Sciences* atau biasa disingkat SPSS versi 21.0. Hasil yang telah dilakukan dipenelitian ini menyatkan *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Tetapi disisi lain yaitu profitabilitas dan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Nilai koefisien determinasi menunjukkan 19,8% yang artinya *transfer pricing* mampu dijelaskan oleh pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive*, disisi lain 80,2% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Kata Kunci: profitabilitas, *tunneling incentive*, pajak, harga transfer.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian saat ini mempunyai pengaruh sangat besar dengan globalisasi yang terjadi di seluruh dunia. Fenomena globalisasi memberikan perubahan pada aspek kehidupan salah satunya perekonomian dunia dengan tumbuhnya aktivitas bisnis berskala besar dan global. Perkembangan ekonomi saat ini tidak hanya pada aspek kehidupan tetapi semakin meningkatnya kemajuan teknologi, transportasi, informasi dan juga komunikasi yang berperan aktif dalam proses transaksi antar negara disuatu negara. Dengan era globalisasi saat ini menimbulkan maraknya perekonomian yang berkembang tanpa batas, bahkan saat ini negara bukanlah menjadi batas untuk ekspansi perusahaan.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak perusahaan asing yang berada di Indonesia tidak membayar pajak kepada negara selama sepuluh tahun, alasan tidak membayar pajak diduga karena adanya praktik *tax avoidance* atau biasa dengan harga transfer atau memindahkan laba perusahaan dari negara Indonesia ke luar negeri. *Transfer pricing* menjadi hal yang paling sensitif dan hangat untuk dibicarakan dalam dunia bisnis maupun global, karena berkaitan dengan perpajakan (Noviastika, 2016). Menurut direktur eksekutif pusat perpajakan Indonesia menyatakan bahwa perusahaan multinasional biasa melakukan transaksi *transfer pricing* kepada pihak afiliasinya dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan kepada negara, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan multinasional telah merugikan negara, dimana kerugian negara tersebut mencapai Rp. 100 triliun setiap tahunnya berupa transaksi *transfer pricing* dan *tax planing* (perencanaan pajak).

Kasus praktek *transfer pricing* yang pernah dilakukan di Indonesia yaitu pada perusahaan batu bara di Indonesia yaitu PT. Adaro Energy Tbk. PT. Adaro Energy menjual batu bara secara tidak wajar kepada perusahaannya yaitu Coaltrade dimana perusahaan tersebut melakukan kegiatan bisnis operasi kertas dinegara Singapura. Transaksi harga jual batu bara tidak sesuai dengan harga

dipasaran internasional, tetapi oleh perusahaan Coaltrade menjual batu bara tersebut dengan harga pasaran internasional. Pada tahun 2005, PT. Adaro melakukan transaksi penjualan batubara ke perusahaan afiliasinya yaitu Coaltrade yang beroperasi di Singapura. Praktik yang dilakukan oleh pihak Adaro tentu merugikan pihak perusahaan dan juga negara Indonesia, dimana pihak Adaro akan menerima pendapatan yang lebih rendah dari yang sebenarnya. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh Adaro terbongkar karena adanya kecurigaan pada perusahaan Coltrade terhadap laporan keuangannya yaitu pada tahun 2005-2006. Dimana adanya kecurigaan terhadap laporan keuangan Coltrade yang menunjukkan laba yang didapatkan lebih tinggi daripada keuntungan yang diperoleh oleh Adaro, mengingat Adaro adalah perusahaan tambang besar yang beroperasi di Indonesia (Saraswati & Sujana, 2017).

Penelitian yang telah dilakukan mengenai *transfer pricing* masih adanya ketidakkonsisten pada penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Noviastika (2016) bahwa variabel *tunneling incentive* dan pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap indikasi keputusan *transfer pricing*, sedangkan *good corporate governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap indikasi keputusan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang telah dilakukan Fauziah & Saebani (2018) pajak dan *bonus mekanisme* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Variabel *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Penelitian yang telah dilakukan Sari & Abdullah (2018) menjelaskan hasil variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian Destriana (2019) menyatakan variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

THEORETICAL BASIS & HYPOTHESIS

Agency Theory

Agency theory adalah interaksi dilakukan antara pihak agen sebagai manajer perusahaan dengan pihak prinsipal sebagai pemegang atau pemilik perusahaan. Pihak prinsipal atau pemegang saham akan membatasi kepentingan dengan memberikan dorongan sesuai kebutuhan yang diharapkan agen sebagai manajer perusahaan dan mampu mengeluarkan biaya pemantuan untuk menahan bahaya moral atau biasa dikenal dengan *moral hazard* yang dilakukan oleh pihak manajer perusahaan atau *agency*.

Perbedaan yang biasa dilakukan dalam teori *agency* yaitu asimetri informasi. Asimetri informasi terjadi karena informasi yang didapatkan pihak agen dan prinsipal memiliki informasi yang berbeda-beda meskipun manajer perusahaan mempunyai informasi detail tentang perusahaan itu sendiri, dimana manajer perusahaan (agen) mempunyai informasi lebih banyak tentang keadaan perusahaan dibandingkan pemilik perusahaan yang lebih melihat kinerja keuangan perusahaan pada periode tertentu.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan mengenai perusahaan bukan hanya satu-satunya yang mementingkan keuntungannya sendiri, melainkan perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. *Stakeholder* mempunyai kepentingan dalam menjalankan bisnis perusahaan. Maju atau tidaknya suatu perusahaan tergantung pada pengelolaan atau manajemen perusahaan itu sendiri. Tujuan dari teori ini merupakan bisa membantu manajemen untuk menciptakan nilai tambah perusahaan dari aktivitas bisnis operasional yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dan mencegah terjadinya kerugian yang akan didapatkan bagi para pemangku kepentingan perusahaan (Ratri & Dewi, 2017).

Teori Stewardship

Teori *stewardship* menjelaskan bahwa adanya hubungan antara *principal* dan *steward*. Teori *stewardship* dilakukan berdasarkan teori psikologi dan teori sosiologi, dimana *steward* mempunyai

tujuan dan berkelakuan yang diharapkan sesuai dengan keinginan *principal* (pemilik perusahaan). Teori *stewardship* merupakan situasi para manajer yang tidak termotivasi karena tujuan individu tetapi lebih mengutamakan sasaran pada kepentingan organisasi. Pada dasarnya teori *stewardship* mengasumsikan bahwa adanya hubungan kesuksesan berorganisasi dengan kesenangan para pemilik perusahaan. *Stewardship* berusaha untuk menaungi serta meningkatkan kekayaan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnis, maka tugas utilitas akan lebih maksimal. Anggapan bagi *steward* yaitu bahwa manajer perusahaan mempunyai tujuan yang diharapkan oleh para pemilik perusahaan, disisi lain pihak *steward* juga mempunyai kebutuhan hidup yang harus dicapai (Raharjo, 2007).

Transfer Pricing

Perusahaan multinasional atau asing akan melakukan transfer pricing kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa baik diluar negeri maupun didalam negeri. Tujuan dari transfer pricing adalah saling menguntungkan satu sama lain dari divisi-divisi yang melakukan transaksi transfer pricing. Transfer pricing adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh antar divisi tetapi masih dalam satu atap perusahaan induk. Transaksi transfer pricing bisa dilakukan oleh perusahaan yang memiliki operasi diwilayah domestik perusahaan itu sendiri atau perusahaan yang beroperasi yang berada diluar negeri. Aktivitas transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan sebenarnya mempunyai tujuan yang adil, tetapi pada penerapannya perusahaan sering menyalahgunakan untuk kepentingan perusahaan sebagai upaya untuk memperkecil pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan itu sendiri kepada negara.

PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Penelitian yang telah dilakukan oleh Noviasatika (2016) menunjukkan hubungan pajak dengan *transfer pricing*, karena variabel pajak memiliki pengaruh positif serta signifikansi terhadap adanya indikasi

perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* kepada pihak afiliasinya. Perusahaan yang memiliki hubungan afiliasi yang beroperasi diluar negeri akan melakukan perencanaan pajak untuk menghindari pajak yang terutang dinegara yang memiliki tarif pajak tinggi bagi perusahaan badan. Disisi lain untuk menghindari pajak yang dilakukan dengan cara melakukan transaksi *transfer pricing* antar divisi yang mempunyai hubungan istimewa. Perusahaan akan mengalihkan keuntungannya kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa yang beroperasi diluar negeri sehingga profit yang yang didapatkan lebih sedikit dari sesungguhnya, dengan profit yang sedikit dihasilkan oleh perusahaan maka pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan kepada negara akan semakin sedikit tetapi dilain sisi profit yang dihasilkan oleh perusahaan lebih tinggi dari sebenarnya dan terus meningkat (Tania & Kurniawan, 2019).

H₁: Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau profit yang didapatkan pada kurun waktu perusahaan tertentu. Perusahaan akan terus melakukan kegiatan aktivitas bisnis apabila tingkat profitabilitas yang diperoleh terus mengalami peningkatan, karena semakin meningkatnya tingkat profitabilitas perusahaan maka kinerja perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis operasinya bisa dikatakan baik dalam pengelolaan manajemen perusahaan. Informasi profitabilitas menggambarkan kondisi sebenarnya tentang perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasi bisnisnya, karena semakin baik tingkat profitabilitas perusahaan maka investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan itu untuk mendapatkan return yang akan didapatkan (Apriada, 2016). Apabila perusahaan dikatakan baik bisa dilihat dari kinerja keuangan serta keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan pada saat menjalankan

kegiatan bisnis operasinya dalam kurun waktu periode tertentu.

Penelitian mengenai profitabilitas pernah dilakukan oleh Anisyah (2018), Cahyadi & Naniek (2018), dan Junaidi (2019), menyatakan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap keputusan untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

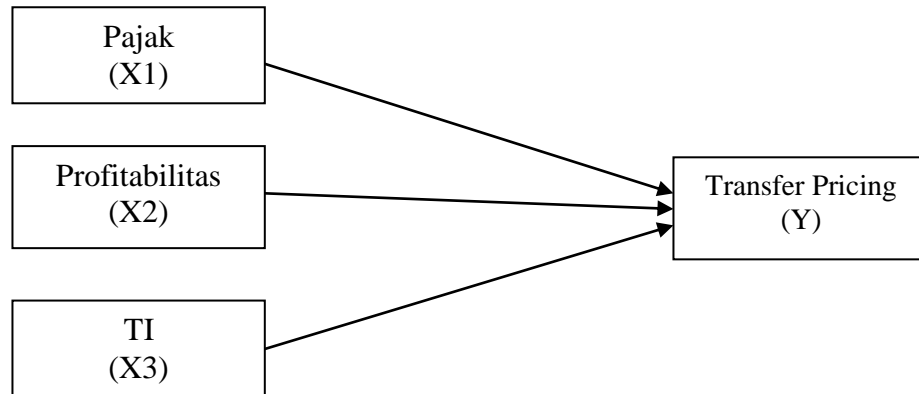
Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling biasa dilakukan oleh pemilik pemegang saham mayoritas atau pengendali. *Tunneling* terjadi karena adanya pemindahan sumber daya yang ada di perusahaan kepada pemegang saham pengendali atau mayoritas. Pemindahan yang dilakukan oleh perusahaan baik itu pemindahan sumber daya perusahaan oleh pemilik saham mayoritas kepada diri mereka sendiri dilakukan dengan cara transaksi harga transfer atau *transfer pricing*. Pemilik saham mayoritas mempunyai hak kontrol untuk mengendalikan perusahaan induknya maka pemilik saham minoritas mengakibatkan lemahnya perlindungan aturan atau hukum yang akan mengakibatkan kerugian yang akan dialami oleh para pemegang saham minoritas. Salah satu contoh *tunneling incentive* yaitu dividen, pemegang saham yang mempunyai kepemilikan saham terbesar pastinya menginginkan laba atau keuntungan yang besar sesuai dengan pendapatan yang dicapai oleh perusahaan, tetapi pada laba atau keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham minoritas, maka yang terjadi pemegang saham mayoritas akan melakukan pemindahan aset dan sumber daya kepada diri mereka sendiri dengan cara transaksi *transfer pricing* (Fanani, 2020)

Penelitian mengenai *tunneling incentive* yang pernah dilakukan oleh Tania & Kurniawan (2019), dan Junaidi (2020) menghasilkan bahwa adanya pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

H₃: Tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

KERANGKA BERFIKIR



Gambar kerangka berfikir

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian berupa kuantitatif dimana menggunakan data sekunder yaitu data yang sudah ada yaitu berupa *annual report*. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada kurun waktu tiga tahun yaitu pada periode 2017-2019 yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Teknik purposive sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk pengambilan sampelnya. Kriteria sampel akan dipilih dan sesuai dengan penelitian yang akan ditentukan. Maka sampel yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 29 buah dari 169 perusahaan dengan kurun waktu periode tiga tahun yaitu pada tahun 2017-2019.

PENGUKURAN VARIABEL

Transfer Pricing

Perusahaan akan melakukan transaksi kepada pihak afiliasinya berupa *transfer pricing* yaitu penjualan atau pembelian kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau pihak yang berafiliasi dengan tujuan saling menguntungkan satu sama lain. Praktik transaksi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis yaitu dengan menjual atau membeli kepada perusahaan yang mempunyai hubungan afiliasi dengan terjadi transaksi melakukan tindakan tidak adil dengan harga dibawah dari harga pasar yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Sehingga akibatnya akan terjadi hilangnya potensi pajak yang akan diterima oleh negara, dari kegiatan yang bersifat manipulatif ini akan mengakibatkan kerugian pada negara

tersebut. Variabel *transfer pricing* akan diberi nilai 1 pada saat perusahaan multinasional melakukan transaksi penjualan atau pembelian kepada pihak afiliasinya, dan sebaliknya pada saat perusahaan tidak melakukan transaksi penjualan atau pembelian kepada perusahaan afiliasinya diberi nilai 0 (Mulyani & Sudirno, 2020).

Pajak

Pajak adalah sumbangan yang dibayarkan berupa uang oleh wajib pajak terutang baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam undang-undang perpajakan, pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak tidak adanya imbalan jasa yang didapatkan secara langsung demi kepentingan masyarakat umum. Untuk mengetahui besarnya pajak perusahaan yang akan dibayarkan kepada negara diproksikan menggunakan *Effective Tax Rate* (Agustina, 2019). Maka rumus yang dihasilkan yaitu:

$$ETR = \frac{\text{Income Tax Expense}}{\text{Income Before Tax}}$$

Profitabilitas

Perusahaan dalam menjalankan bisnis operasinya mempunyai tujuan yaitu untuk memaksimalkan profit atau keuntungan yang didapatkan selama periode perusahaan. Profitabilitas yang didapatkan karena kemampuan perusahaan dalam mengelola bisnisnya (Arjanggie, 2015). Profitabilitas diproksikan yaitu rasio *Return*

On Assets (ROA). ROA adalah analisis yang digunakan perusahaan untuk memperoleh laba dengan membandingkan presentase antara laba bersih dengan total asset (Agustina, 2019). Maka rasio profitabilitas dapat diukur dengan perhitungan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Tunneling Incentive

Tunneling adalah perilaku dilakukan kepemilikan saham yang mempunyai saham mayoritas untuk memindahkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Tujuan dari *tunneling* adalah dividen yang dihasilkan oleh perusahaan induk, apabila dividen yang dihasilkan besar kemungkinan perusahaan induk tidak membagikan dividen kepada pemegang saham minoritas. Terjadinya *tunneling* apabila

pemilik saham mayoritas melakukan strategi merger dan akuisisi terhadap pemilik saham minoritas (Purwanto & Tumewu, 2018). Dilihat dari pengertian diatas maka *tunneling* dirumuskan yaitu sebagai berikut:

$$\text{Tunneling} : \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar asing}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Statistik Deskriptif

Descriptive statistics menunjukkan hasil nilai dari mean, minimum, maximum, dan standar deviasi. *Descriptive statistics* sendiri mempunyai tujuan yaitu untuk melihat kualitas data penelitian yang ditunjukkan dengan angka maupun nilai, *descriptive statistics* dapat dikatakan baik jika nilai mean lebih besar daripada standar deviasi maka kualitas data dalam penelitian bisa dikatakan menjadi lebih baik.

Tabel 4.1 Descriptive statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
PAJAK	87	,0236	,8098	,257628	,0829310
PROFIT	87	,0012	,5267	,100513	,1074183
TUNN	87	,2079	,9377	,536491	,2258219
Transfer Pricing	87	0	1	,90	,306
Valid N (listwise)	87				

Sumber: Output diolah SPSS, 2020

Dari hasil tabel 4.1 menjelaskan *transfer pricing* mempunyai nilai *mean* 0,90. Dimana dengan angka minimum didapat nilai 0 dan angka maksimum yaitu 1. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaan manufaktur akan melakukan transaksi *transfer pricing* sebesar 90%. Standar deviasi *transfer pricing* sebesar 0,306. Pajak memiliki nilai minimum 0,0236, nilai maksimum 0,8098, mean 0,25768, dan standar deviasi 0,0829310. Nilai minimum

profitabilitas memiliki 0,0012, nilai maksimum 0,5267, mean 0,100513, dengan standar deviasi 0,1074183. *Tunneling incentive* memiliki nilai minimum 0,2079, nilai maksimum 0,9377, nilai mean 0,536491, dan standar deviasi 0,2258219. Dimana nilai N dengan jumlah keseluruhan sampel sebanyak 87 sampel yang didapatkan dari 29 perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI dengan kurun waktu tiga tahun yaitu pada periode 2017-2019.

HASIL UJI PENELITIAN

Tabel 4.2 Uji Overall Model Fit

Keterangan	-2 Log Likelihood
Nomor Blok : 0	60,956
Nomor Blok : 1	49,069

Sumber: Output diolah SPSS, 2020

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa diperoleh angka *-2 Log Likelihood* dengan nomor blok 0 sebelum dimasukan ketiga variabel bebas dengan nilai 60,956. Pada saat dimasukan ketiga variabel bebas bisa dilihat hasil *-2 Log Likelihood*

dimana nilai nomor blok yaitu 1 terjadi adanya penurunan dengan nilai 49,069. Adanya penurunan menggambarkan bahwa model kedua regresi dapat dikatakan lebih baik dari model sebelumnya bisa dikatakan bahwa model mampu dihipotesiskan sesuai data.

Tabel 4.3 Uji Nagelkerke R Square

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	49,069 ^a	,096	,198

Sumber: Output diolah SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas menjelaskan bahwa diperoleh angka *Nagelkerke R Square* yaitu 0,198. Angka yang diperoleh *Nagelkerke R Square* 0,198 berarti variabel variabilitas *transer*

pricing atau dependen dapat dijelaskan sebesar 19,8% dan sisanya mampu menjelaskan pada variabel lain diluar model penelitian ini dengan presentase 80,2%.

Tabel 4.4 Uji Hosmer and Lemeshow's Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	12,928	8	,114

Sumber: Output SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dihasilkan dengan nilai *Chi-square* 12,928 dengan nilai signifikansi sebesar 11,4%. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 11,4% yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi

lebih besar 5% yang berarti bahwa hipotesis H0 dapat diterima. Dengan nilai diatas signifikansi maka model regresi logistik dapat digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Tabel 4.5 Uji Matriks Klasifikasi

	Observed		Predicted		
			Transfer Pricing		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	Transfer Pricing	0	0	9	,0
		1	0	78	100,0
	Overall Percentage				89,7

Sumber: Output diolah SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas dihasilkan dari data sampel sebanyak 87 *annual report* yang menjadi sampel didapatkan perusahaan manufaktur melakukan aktivitas transaksi *transfer pricing* sebesar 78 disisi lain perusahaan manufaktur tidak melakukan aktivitas transaksi *transfer pricing* diperoleh 9 dengan kurun waktu tiga tahun yaitu periode 2017-2019. Dengan overal precentage sebesar 89,7% dan 0,0% tidak terjadi transfer pricing serta tingkat kemungkinan perusahaan

dalam melakukan transfer pricing adalah 100% telah mampu diprediksi oleh model.

Tabel 4.6 Uji Koefisien Regresi Logistik

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	TAX	-,120	4,277	,001	1	,978	,887
	PROFIT	17,648	10,917	2,613	1	,106	46156849,707
	TUN	-4,510	1,829	6,082	1	,014	,011
	Constant	3,482	1,643	4,493	1	,034	32,534

Sumber: Output diaalh SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas maka persamaan model regresi logistik yang terbentuk yaitu:

$$Y = 3,482 - 0,120TAX + 17,648PROFIT - 4,510TUN + \varepsilon$$

Maka dari itu hasil diatas mampu dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta diperoleh sebesar 3,482 menjelaskan yaitu variabel independen pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive* bersifat konstan, maka perubahan nilai *transfer pricing* yang dilihat dari nilai Y tetap sebesar 3,482.
2. Nilai koefisien yang diperoleh untuk variabel pajak bertanda negatif dengan nilai sebesar 0,120 menunjukkan saat adanya kenaikan pada variabel pajak, perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI akan terjadinya penurunan yang bertanda negatif yaitu -0,120. Nilai *odds ratio* sebesar 0,887 yang menunjukkan pajak memiliki peluang kejadian untuk melakukan *transfer pricing* sebesar 0,887 kali.
3. Nilai koefisien yang diperoleh variabel profitabilitas positif dengan nilai sebesar 17,648 dimana menunjukkan adanya kenaikan pada profitabilitas, dengan adanya kenaikan tersebut perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI akan mengalami kenaikan

dengan nilai 17,648 pada saat melakukan aktivitas transaksi *transfer pricing*. *Odds ratio* sebesar 46156849,707 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki peluang kejadian untuk melakukan *transfer pricing* sebesar 46156849,707 kali.

4. Nilai koefisien yang diperoleh pada variabel *tunneling incentive* yaitu 4,510 bertanda negatif yang menunjukkan setiap kenaikan *tunneling incentive*, dengan demikian perusahaan akan melakukan *transfer pricing* mengalami penurunan nilai sebesar -4,510. Nilai *odds ratio* sebesar 0,011 menjelaskan bahwa variabel *tunneling incentive* memiliki peluang kejadian untuk melakukan *transfer pricing* sebesar 0,011 kali.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh pajak terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*

Dari hasil pada *logistic regression* variabel pajak bertanda negatif dengan nilai 0,120 dimana nilai signifikansi yaitu sebesar 0,978, dilihat dari nilai signifikansinya yaitu diatas 5% maka hipotesis pertama (H_{a1}) tidak diterima atau dengan kata lain ditolak dengan demikian pajak pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tidak adanya pengaruh terhadap keputusan untuk melakukan

transaksi transfer pricing kepada perusahaan afiliasinya. Dari hasil penelitian ini maka tinggi atau rendahnya pajak disuatu negara tidak akan mempengaruhi perusahaan dalam menyikapi adanya transaksi *transfer pricing* kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau perusahaan afiliasinya. Hasil *logistic regression* menjelaskan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan operasional dinegara yang menerapkan tarif pajak yang kecil maka manajemen perusahaan akan melakukan tindakan untuk mementingkan perusahaannya dengan melakukan transaksi *transfer pricing* (Sari & Puryandani, 2020). Selain itu bisa dilihat dan dapat terjadi apabila dalam meminimalisir pajak yang akan dibayarkan perusahaan maka wajib pajak tidak harus melakukan transaksi *transfer pricing* (Novira & Asalam, 2020).

2. Pengaruh profitabilitas terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*

Dari hasil *logistic regression* diatas nilai koefisien untuk variabel profitabilitas bertanda positif dengan nilai yaitu 17,648 dimana nilai signifikansi yaitu sebesar 0,106, dilihat dari nilai signifikansinya yaitu diatas 5% maka hipotesis kedua (H_{a2}) tidak diterima atau dengan kata lain ditolak dengan demikian variabel profitabilitas menyatakan tidak adanya pengaruh untuk melakukan tindakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Sebab tidak adanya pengaruh pada variabel profitabilitas menjelaskan apabila suatu perusahaan mendapatkan keuntungan tinggi maka sumber dana internal perusahaan akan semakin tinggi seiring dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan itu sendiri maka modal yang didapatkan akan digunakan untuk operasional perusahaan untuk meningkatkan citra atau nilai bagi perusahaan itu sendiri (Ginting & Purba, 2019).

3. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*

Dari hasil *logistic regression* diatas angka koefisien yang didapatkan untuk *tunneling incentive* sendiri yaitu bertanda negatif dengan nilai angka yaitu 4,510, dimana angka signifikansi yaitu sebesar 0,014, bisa dilihat dari nilai signifikansinya yaitu dibawah 5% maka hipotesis ketiga (H_{a3}) diterima atau dengan kata lain bahwa variabel *tunneling incentive* menyatakan adanya pengaruh perusahaan dalam melakukan transaksi *transfer pricing* kepada perusahaan afiliasinya. Hasil penelitian menjelaskan apabila semakin tinggi atau besar kepemilikan saham dikuasai atau dikendalikan oleh pihak asing maka perusahaan akan melakukan tindakan transaksi *transfer pricing* atau pemilik saham mayoritas akan memindahkan sumber dana perusahaan kepada pemegang saham mayoritas. Perilaku yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali otomatis akan merugikan bagi pemilik saham minoritas, karena pemilik saham pengendali tidak akan membagikan dividen yang diterima oleh perusahaan induk dari aktivitas *transfer pricing* karena hak kontrol oleh pihak asing akan semakin besar didalam manajemen perusahaan (Fauziah & Saebani, 2018)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan dan hasil *logistic regression* dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel pajak pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tidak adanya pengaruh terhadap keputusan transaksi *transfer pricing*. Perusahaan pada saat menjalankan bisnis operasi dinegara yang menetapkan tarif pajak yang besar maupun negara yang menetapkan tarif pajak rendah maka perusahaan tidak melakukan tindakan *transfer pricing* kepada pihak afiliasinya yang beroperasi diluar negeri, dikarenakan manajer perusahaan wajib

menekan biaya pajak serendah mungkin, agar tujuan dari manajemen pajak sesuai dengan manajemen keuangan perusahaan (Fauziah & Saebani, 2018). Profitabilitas tidak adanya pengaruh terhadap keputusan dalam melakukan transaksi *transfer pricing*. Tinggi atau rendahnya laba atau keuntungan pada perusahaan yang didapatkan maka perusahaan cenderung tidak akan melakukan tindakan *transfer pricing* kepada pihak afiliasinya. *Tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam melakukan transaksi *transfer pricing*. Perusahaan yang memiliki hak saham mayoritas pengendali dari pihak asing akan memudahkan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*, dengan kata lain semakin tinggi hak pemegang saham pengendali dari pihak asing maka akan memudahkan perusahaan melakukan tindakan peluang untuk memindahkan sumber daya perusahaan kepada diri mereka sendiri dengan transaksi *transfer pricing*.

berbeda seperti perusahaan disektor pertambangan, makanan dan minuman. Supaya mengetahui seberapa besar transaksi *transfer pricing* pada sektor pertambangan dan sektor makanan dan minuman.

Keterbatasan dan Saran

1. Penelitian ini hanya menguji pajak, profitabilitas, dan *tunneling incentive*. Masih banyaknya variabel lain yang berhubungan dengan *transfer pricing* seperti GCG, *size*, *intangible assets*, dan variabel lain yang tidak di uji penelitian ini.
2. Periode pada penelitian hanya menggunakan kurun waktu pada periode tahun 2017-2019.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel independen lain, seperti halnya variabel yang berkaitan dengan *transfer pricing* seperti GCG, *intangible assets*, *size* dan menambah variabel independen yang berhubungan tentang *transfer pricing*.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang transfer pricing sebaiknya menambah periode dalam penelitiannya supaya mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.
5. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengganti sampel penelitian yang

Daftar Pustaka

- Agustina, N. A. (2019). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Simposium Nasional Akuntansi, April*, 53–66.
- Anisyah, F. (2018). Pengaruh Beban Pajak, *Intangible Assets*, Profitabilitas, *Tunneling Incentive* Dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi Universitas Riau*, 1, 1-14.
- Apriada, K., Suardikha, M. S., Asak, P. R. A., Yasa, G. W., Astika, I. B. P., Muryawan, S. M., & Dwirandra, A. A. N. B. (2016). Adi Sustika, I Gusti Bagus Wiksuana. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(02).
- Arjanggie, A. R. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 496–506.
- Azzura, C. S., & Pratama, A. (2019). Influence Of Taxes, Exchange Rate, Profitability, And Tunneling Incentive On Company Decisions Of Transferring Pricing. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 2(1), 123-133.
- Cahyadi, A. S., & Noviari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(2), 1441–1473. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p23>
- Fanani, B. (2020). Pengaruh Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Transaksi Transfer Pricing. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(1), 56-66.
- Fauziah, N. F., & Saebani, Ak. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Akuntansi*, 18(1), 115–128.
- Ginting, D. B., Triadiarti, Y., & Purba, E. L. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, Debt Covenant Dan Intangible Assets Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015 – 2017). *Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia (JAKPI)*, 2(3), 32–40.
- Herawaty, V., & Anne, A. (2019). Pengaruh Tarif Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentives Terhadap Pergeseran Laba Dalam Melakukan Transfer Pricing Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 141. <https://doi.org/10.25105/jat.v4i2.4836>
- Indrasti, A. W. (2016). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan dan Debt Covenant terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015). *Profita*, 9(3), 348-371.
- Junaidi, A., & Zs, N. Y. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant Dan Profitabilitas Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 1(1).
- Khotimah, S. K. (2019). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan Perusahaan dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125-138.
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 171–181. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.756>
- Noviastika, D., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Yang Berkaitan Dengan Perusahaan Asing). *Jurnal Perpajakan*, 8(1), 1–9.

- Novira, A. R., Suzan, L., & Asalam, A. G. (2020). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 17–23.
- Rachmat, R. A. H. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 21-30.
- Raharjo, E., (2007). Teori Agensi Dan Teori Stewardship Dalam Prespektif Akuntansi. *Fokus Ekonomi*, 2(1), hal, 37-46.
- Ratri, R. F., & Dewi, M. (2017). The Effect of Financial Performance and Environmental Performance on Firm Value with Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure as Intervening Variable in Companies Listed at Jakarta Islamic Index (JII). *SHS Web of Conferences*, 34, 12003. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173412003>
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000-1029.
- Sari, A. N., & Puryandani, S. (2019). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Good Corporate Governance dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di BEI Periode 2014-2017). *Sustainable Competitive Advantage-9 (Sca-9) FEB UNSOED*, 9(148), hal. 148-156. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/>
- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). Dampak Effective Tax Rate (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 215–228.
- Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.329>
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.