

**PENGARUH PAJAK, LEVERAGE, DAN TUNNELING INCENTIVE
TERHADAP TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Rissa Septiya Putri Matondang¹

Iswadi Bensaadi²

Muhammad Haykal³, Rany Gesta Putri Rais⁴

rissa.200420214@mhs.unimal.ac.id¹, Iswadi@unimal.ac.id², mhaykal@unimal.ac.id³,

ranygesta@unimal.ac.id⁴

*Program Studi Akuntansi, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe
Kampus Bukit Indah, Blang Pulo, Muara Satu*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, *leverage*, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data panel yang terdiri dari 25 perusahaan dengan periode amatan 2020-2022 dengan jumlah observasi sebanyak 75 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik dengan model *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* dan *Overall Model Fit*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan *leverage* berpengaruh positif signifikan, dan *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan.

Kata kunci : *pajak, leverage, tunneling incentive dan transfer pricing*

Abstract

This research aims to determine the effect of taxes, leverage and tunneling incentives on transfer pricing in manufacturing companies listed on the Indonesian stock exchange. The data used in this research is panel data consisting of 25 companies with an observation period of 2020-2022 with a total of 75 companies observed. The analytical method used is logistic regression with the Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test and Overall Model Fit models. The results of this research show that taxes and leverage have a significant positive effect, and tunneling incentives have a significant negative effect

Keywords : *tax, leverage, tunneling incentive dan transfer pricing*

PENDAHULUAN

Menurut Saraswati (2017), *transfer pricing* mengacu pada penetapan harga untuk pertukaran barang, jasa, atau kekayaan intelektual antar entitas dalam grup perusahaan yang sama. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa transaksi antar entitas terkait dilakukan secara wajar, seolah-olah tidak terkait, untuk mencegah penghindaran pajak. Praktik ini melibatkan penentuan harga untuk transaksi antar perusahaan, dan peraturan terkait bertujuan untuk mencegah manipulasi harga demi keuntungan pajak. Salah satu faktor yang membuat keputusan *transfer pricing* semakin rumit adalah perbedaan tarif pajak antar negara. *Transfer pricing* dapat membuat potensi penerimaan pajak suatu negara berkurang atau hilang.

Dikutip dari laman resmi JETRO (2021) perusahaan manufaktur Jepang di Indonesia terkendala beban pajak Indonesia. Perusahaan-perusahaan itu masih menganggap Indonesia mempunyai tingkat beban pajak yang tinggi. Beban pajak menjadi salah satu masalah yang disorot oleh perusahaan manufaktur asal Jepang dalam menjalankan bisnis di Indonesia. Khususnya, pajak korporasi dan *transfer pricing*. Sebanyak 61,9 % perusahaan manufaktur asal Jepang di Tanah Air berhadapan dengan masalah beban pajak pada 2021. Persentase tersebut meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada 2020, jumlah perusahaan manufaktur asal Jepang yang berhadapan dengan beban pajak di Tanah Air tercatat sebanyak 51,3 % (Fauzan, 2021).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* adalah pajak. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. 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.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio untuk menghitung berapa utang yang dipakai guna menanggung aset perusahaan. *Leverage* perusahaan yang tinggi, maka peluang untuk penghindaran pajak melalui akumulasi hutang semakin tinggi (Wardani et al., 2018). Ini dicapai dengan memperoleh hutang dari anggota divisi yang tinggal di wilayah dengan pajak kecil (Cahyadi & Noviari, 2018).

Selain pajak dan *leverage*, *tunneling incentive* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya *transfer pricing*. *tunneling incentive* sendiri merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan mentransfer asset dan laba demi keuntungan pemegang saham mayoritas dan laba demi keuntungan mereka sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas yang ikut menanggung biaya yang muncul (Syahanum, 2021). Menurut Yuniarsih et al (2012), *tunneling incentive* diprosikan dengan kepemilikan saham oleh pihak luar negeri maka semakin besar kepemilikan saham oleh asing maka perusahaan memindahkan asetnya ke negara afiliasinya untuk menghindari pajak yang semakin besar, salah satunya dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan hasil penelitian sebelumnya yang masih banyak terdapat perbedaan hasil riset, maka topik ini menarik untuk diteliti kembali oleh peneliti. Penelitian ini juga memodifikasi model dari penelitian sebelumnya. Maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Pajak, Leverage dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Oleh karena itu, manajemen harus memperhitungkan semua keputusan penggunaan laporan keuangan, termasuk investor, pemangku kepentingan, pemegang saham, dan kreditor.

Pengaruh Antar Variabel

Pajak

Semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di negara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Berdasarkan teori agensi, Agen (manajer) akan memanipulasi harga transfer melalui penentuan harga transfer yang tidak wajar dengan tujuan meningkatkan kinerja atau bonus mereka sendiri dengan menunjukkan laba yang tinggi di divisi atau anak perusahaan mereka. Hal ini dapat menimbulkan konflik keagenan antara prinsipal dengan agen karena merugikan pihak prinsipal, sebab tindakan tersebut mengakibatkan nilai pajak yang dibebankan pada perusahaan akan lebih tinggi. Di sisi lain, principal (pemilik atau pemegang saham) juga menginginkan keputusan *transfer pricing* yang mengoptimalkan kewajiban pajak perusahaan secara keseluruhan. Mereka ingin memastikan bahwa harga transfer yang ditetapkan sesuai dengan prinsip "harga pasar yang wajar" dan mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuniasih et al., (2012) menunjukkan hasil penelitian bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jafri (2018) dan penelitian Hidayat et al., (2019) yang membuktikan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H1 : Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

Leverage

Utang merupakan salah satu tindakan perusahaan dalam memenuhi sumber pendanaan yang bertujuan untuk menjalankan bisnisnya. Semakin besar utang, maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar (Prakosa, 2014). Pada umumnya perusahaan menggunakan utang kepada pihak ketiga dalam menjalankan aktivitas operasi perusahaan. Penambahan sejumlah utang suatu perusahaan akan menimbulkan beban bunga yang menjadi pengurang beban pajak perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013).

Berdasarkan teori keagenan, tindakan *leverage* dalam *transfer pricing* yaitu ketika prinsipal (perusahaan induk) menggunakan struktur modal agen (anak perusahaan) untuk memanipulasi laba dengan tujuan untuk keuntungannya sendiri. Hal ini menyebabkan konflik keagenan antara perusahaan induk dan anak perusahaan dimana tindakan memanipulasi laba *leverage* yang dilakukan prinsipal (induk perusahaan) melibatkan peningkatan hutang agen (anak perusahaan) yang dapat mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan dan kenaikan suku bunga dalam anak perusahaan, hal ini berpotensi meningkatkan risiko kebangkrutan bagi agen (anak perusahaan).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi (2018) dan Izadinia (2013) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*, dimana *leverage* dapat menjadi factor yang mendorong agresivitas *transfer pricing* dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

Tunneling Incentive

Munculnya *tunneling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan oleh kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya.

Berdasarkan teori keagenan, pemegang saham mayoritas akan menggunakan *transfer pricing* sebagai praktik *tunneling* atau pemindahan aset dan laba perusahaan dari entitas yang memiliki kepentingan ke entitas di mana mereka memiliki kontrol, atau ke entitas terkait lainnya di luar perusahaan untuk keuntungan mereka sendiri atau entitas yang terkait dengan mereka. Hal ini akan menciptakan konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas, dikarenakan tindakan ini dapat merugikan pemegang saham minoritas dengan mengurangi nilai perusahaan atau mengurangi keuntungan yang seharusnya mereka terima.

Berdasarkan penelitian mengenai *tunneling incentive* yang dilakukan peneliti Marfuah (2014), menunjukkan hasil yang menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

H3 : *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, *leverage*, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data panel yang terdiri dari 25 perusahaan dengan periode amatan 2020-2022 dengan jumlah observasi sebanyak 75 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistic dengan model *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* dan *Overall Model Fit*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan *leverage* berpengaruh positif signifikan, dan *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan.

Definisi Operasional Variabel

a. Pajak

Pajak tentu merupakan suatu kewajiban yang tidak bisa dihindari. Pembayaran pajak kepada negara oleh badan atau orang pribadi yang mempunyai sifat memaksa berdasarkan undang-undang. Variabel Pajak diprosikan menggunakan ETR (Effective Tax Rate). Variabel pajak diukur dengan effective tax rate (ETR) dimana ETR adalah sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Effective tax rate dapat dihitung dari total beban pajak penghasilan (beban pajak kini ditambah dengan beban pajak tangguhan) dibagi dengan laba sebelum pajak (Putri dan Maya,2016).

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

b. Leverage

Variabel leverage diukur dengan membagi total kewajiban jangka panjang dengan total aset perusahaan (Grant et al., 2013). Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak bergantung pada utang dalam membiayai aset perusahaan yang menimbulkan biaya tetap berupa beban bunga. Oleh karena itu, Semakin besar utang yang dimiliki perusahaan, maka beban bunga yang dibayarkan perusahaan juga semakin besar.

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Tunneling Incentive

Menurut Mispiyanti (2015), tunneling incentive diproksikan dengan presentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang merupakan pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Kriteria struktur kepemilikan yang terkonsentrasi berdasarkan pada PSAK No. 15 yang mengukur pengaruh signifikan pemegang saham oleh pihak asing dengan menggunakan persentase kepemilikan saham 20% atau lebih.

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

d. Transfer Pricing

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. *Transfer pricing* dihitung dengan pengukuran variabel *dummy*. Perusahaan yang melakukan transaksi penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa diberi nilai 1 (satu) sedangkan perusahaan yang tidak melakukan transaksi penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa diberi nilai 0 (nol) (Marfuah and Azizah 2014).

0 Tidak ada penjualan pihak berelasi
1 Ada penjualan pihak berelasi

Metode Analisis Data

Dalam penelitian yang dilakukan teknik analisis yang digunakan yaitu metode analisis regresi yang akan digunakan sebagai pengujian hipotesis penelitian. Dengan memasukkan data yang telah terkumpul yang dibantu dengan *Software Economic views (Eviews)* 12. Untuk menjawab tujuan serta hipotesis pada penelitian ini maka peneliti menggunakan model estimasi yang disajikan sebagai berikut:

$$TP = \alpha + \beta_1TAX + \beta_3LEV + \beta_5TUN + \varepsilon$$

PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Berikut ini merupakan gambaran hasil statistik deskriptif variabel penelitian yang ditambihkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Statistik Deskriptif				
	TAX	LEV	TUN	TP
Mean	0.4286	1.2745	0.5185	0.7333
Median	0.2223	0.8655	0.5101	1.0000
Maximum	10.331	10.753	0.9250	1.0000
Minimum	0.0033	0.0028	0.0957	0.0000
Std.Dev	1.2420	1.9175	0.1980	0.4452
Observasi	75	75	75	75

Note: TAX: Pajak, LEV: *Leverage*, TUN: *Tunneling Incentive*, TP: *Transfer Pricing*

Berdasarkan data statistik deskriptif diatas yang telah diolah menggunakan alat statistik dapat dijelaskan penggambaran dalam nilai mean, median, maksimum, minimum dan standar deviasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah pengamatan sebanyak 75 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode waktu 2020-2022.

Transfer pricing sebagai variabel dependen dengan menggunakan rumus varibel dummy maka nilai tersebut hanya dilihat dengan adanya penjualan pada perusahaan ataupun tidak adanya penjualan di perusahaan terhadap pihak berelasi. Variabel ini memiliki nilai maksimum sebesar 1 dan nilai minimum 0. Nilai mean 0.7333 dengan nilai standar deviasi 0.4452.

Pajak sebagai variabel independen yang pertama memiliki nilai maksimum sebesar 10.311 yang dimiliki oleh perusahaan Indomobil Sukses Internasional Tbk (IMAS) pada tahun 2021. Artinya pajak yang dimiliki oleh perusahaan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan sampel yang lain. Sedangkan nilai minimum sebesar 0.0033 yang dimiliki oleh Perusahaan Bakrie & Brothers Tbk (BNBR) pada tahun 2020 artinya intensitas modal yang dimiliki oleh perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan sampel yang lain. Nilai mean 0.4286 dengan nilai standar deviasi sebesar 1.2420.

Leverage sebagai variabel independen kedua yang memiliki nilai maksimum sebesar 10.753 yang dimiliki oleh perusahaan Bakrie & Brothers Tbk (BNBR) pada tahun 2021, artinya *leverage* yang dimiliki lebih tinggi dibandingkan dengan sampel yang lain. Sedangkan nilai minimum sebesar 0.0028 yang dimiliki perusahaan Indomobil Sukses Internasional Tbk (IMAS) pada tahun 2020, artinya *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut lebih rendah dibandingkan dengan sampel yang lain. Nilai mean *leverage* sebesar 1.2745 dengan nilai standar deviasi sebesar 1.9175.

Tunneling incentive sebagai variabel independen ketiga yang memiliki nilai maksimum sebesar 0.9250 yang dimiliki oleh perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) pada tahun 2020-2022, artinya *tunneling incentive* yang dimiliki lebih tinggi dibandingkan dengan sampel yang lain. Sedangkan nilai minimum sebesar 0.0957 yang dimiliki perusahaan Bakrie & Brothers Tbk (BNBR) pada tahun 2021, artinya *tunneling incentive* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut lebih rendah dibandingkan dengan sampel yang lain. Nilai mean *tunneling incentive* sebesar 0.5185 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.1980.

Hasil Uji Regresi Logistik

Model regresi logistik yang terbentuk dapat disajikan pada tabel 4.2 di bawah ini :

Tabel 4.2
Hasil Uji Regresi Logistik

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic
C	2.7740	0.9209	3.8405***
TAX	1.3276	0.2203	2.4251***

LEV	1.1292	0.3109	2.1940***
TUN	-0.4081	1.4790	0.1731*

Note: *sig pada 10%, ***sig pada 1%

TAX: Pajak, LEV: *Leverage*, TUN: *Tunneling Incentive*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa persamaan dari hasil regresi logistik adalah sebagai berikut :

$$TP = 2,7740 + 1,3276 TAX + 1,1292 LEV - 0,4081 TUN$$

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa variabel pajak (TAX) sebagai variabel independen memiliki koefisien regresi positif sebesar 1.3276 dengan tingkat probabilitas 0,0021 yang berada dibawah 0,05 (5%), oleh karena itu hipotesis pertama (H1) diterima yang artinya pajak berpengaruh secara positif signifikan pada signifikansi 1% terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transaksi *transfer pricing*.

Variabel leverage (LEV) sebagai variabel independen koefisien regresi positif sebesar 1.1292 dengan tingkat probabilitas 0,0021 yang berada dibawah 0,05 (5%), oleh karena itu hipotesis kedua (H2) diterima yang artinya *leverage* berpengaruh secara positif signifikan pada signifikansi 1% terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transaksi *transfer pricing*.

Variabel *tunneling incentive* (TUN) sebagai variabel independen memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0.4081 dengan tingkat probabilitas diatas 0,05 (5%) yaitu sebesar 0,0942. Maka hipotesis ketiga (H3) ditolak yang artinya *tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan pada signifikansi 10% terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Uji Hosmer and Lomeshow's Goodness of Fit Test

Pengujian kelayakan model regresi dinilai menggunakan Hosmer and Lameshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol yang mengatakan bahwa data empiris sesuai dengan model atau tidak ada perbedaan yang signifikan antara model dengan data sehingga dapat dikatakan model fit.

Tabel 4.3
Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

H -L Statistic	8.6666	Prob. Chi-Sq(8)	0.3712
Andrews Statistic	13.4577	Prob. Chi-Sq(10)	0.1992

Berdasarkan tabel 4.3 yang diperoleh dari hasil regresi bahwa hasil uji *hosmer and lameshow goodness of fit tes* menunjukkan nilai probabilitas chisquare sebesar 0.3712. Hasil uji memperlihatkan bahwa nilai probabilitas (chisquare) \geq , 5 nilai signifikan) yaitu sebesar 0.3712, maka H0 diterima. Hal ini mengidentifikasi bahwa tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model regresi dalam penelitian ini layak untuk memprediksi nilai observasinya.

Overall Model Fit

Tabel 4.4

<i>Overall Model Fit</i>			
Keterangan	Hasil	Keterangan	Hasil
McFadden R-squared	0.6354	Mean dependent var	0.7333
S.D. dependent var	0.4452	S.E. of regression	0.4463
Akaike info criterion	1.2255	Sum squared resid	14.140
Schwarz criterion	1.3491	Loglikelihood	-41.955
Hannan-Quinn criter.	1.2748	Deviance	83.910
Restr. Deviance	86.987	Restr. Log likelihood	-43.494
LR statistic	3.0770	Avg. log likelihood	-0.5594
Prob(LR statistic)	0.0380		

Untuk menguji hipotesis nol dan alternatif, L ditransformasikan menjadi $-2 \log \text{likelihood}$. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai $-2LL$ awal dengan $-2LL$ pada langkah berikutnya. Jika nilai $-2LL \text{ block number} = 0$ lebih besar dari nilai $-2LL \text{ block number} = 1$. Maka penurunan ($-2 \log L$) menunjukkan bahwa model regresi yang lebih baik (Ghozali, 2018). Hasil tersebut dapat kita lihat LR Statistik atau disebut dengan $-2LL$ awal bernilai 3.0770 sedangkan nilai Prob(LR Statistik atau $-2LL$ pada langkah berikutnya bernilai 0.0380. maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut ditetapkan lebih baik.

Pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai perolehan koefisien sebesar 1.3276 dan t-statistik sebesar 2.4251 serta nilai probabilitas $0.0021 < 0.05$, sehingga dengan begitu H_1 diterima. Artinya, pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) dan Purwanto dan Tumewu (2018) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) dan Fauziah dan Saebani (2018), yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa agen (manajer) akan memanipulasi harga transfer melalui penentuan harga transfer yang tidak wajar dengan tujuan meningkatkan kinerja atau kepentingan mereka sendiri dengan menunjukkan laba yang tinggi di divisi atau anak perusahaan mereka. Pajak perusahaan yang memiliki nilai ETR semakin kecil dianggap semakin baik perusahaan tersebut, karena perusahaan dapat meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung. Kegiatan tersebut juga menunjukkan, bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan *transfer pricing* antar perusahaan afiliasi yang berada di negara dengan tarif pajak yang rendah. Perusahaan melakukan kegiatan *transfer pricing*, karena untuk memperkecil atau meminimalkan pembayaran pajak. Hal ini menimbulkan konflik keagenan yaitu kerugian bagi prinsipal (anak perusahaan) yang mengakibatkan nilai pajak yang dibebankan perusahaan akan lebih tinggi karena adanya praktik *transfer pricing* yang tidak wajar.

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai perolehan koefisien sebesar 1.1292

dan t-statistik 2.1940 serta nilai probabilitas $0.0035 < 0.05$, sehingga dengan begitu H2 diterima. Artinya, *leverage* berpengaruh positif signifikan pada signifikansi 1% terhadap *transfer pricing*.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Richardson, et al (2013) dan Pratiwi (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cledy dan Amin (2020) dan Hariaji dan Akbar (2021), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa adanya konflik keagenan yang terjadi karena pada hasil penelitian ini *leverage* menjadi factor yang mendorong agresivitas *transfer pricing* dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan. Perusahaan dengan tingkat penggunaan hutang yang tinggi akan mengutamakan fokusnya pada pembayaran hutang yang berdampak pada keputusan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi potensi perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Leverage* mendorong agresivitas *transfer pricing* dengan tujuan lain yaitu untuk memperlihatkan kepada investor bahwa perusahaan memiliki tingkat modal yang tinggi sehingga investor akan berinvestasi karena dengan tingkat *leverage* yang tinggi memungkinkan perusahaan memperoleh laba yang tinggi pula. Hal ini menyebabkan konflik keagenan antara perusahaan induk dan anak perusahaan dimana tindakan memanipulasi laba *leverage* yang dilakukan prinsipal (induk perusahaan) melibatkan peningkatan hutang agen (anak perusahaan) yang dapat mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan dan kenaikan suku bunga dalam anak perusahaan, hal ini berpotensi meningkatkan risiko kebangkrutan bagi agen (anak perusahaan).

Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*

Hipotesis ketiga yang diajukan menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai perolehan koefisien sebesar -0.4081 dan t-statistik 0.1731 serta nilai probabilitas $0.0942 > 0,05$ sehingga dengan begitu H3 ditolak. Artinya, *tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan pada signifikansi 10% terhadap *transfer pricing*.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuniasih, et al (2011), Nugraha (2016), dan Purwanto dan Tumewu (2018) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) dan Wijaya dan Amalia (2020), yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Tunnelling incentive berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* pada penelitian ini dikarenakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas tidak dapat mentransfer aset dan laba perusahaan untuk kepentingan pribadi yang semakin sedikit. Hasil ini juga menunjukkan bahwa semakin banyak saham yang dimiliki oleh perusahaan pengendali maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Jika dilakukan praktik *transfer pricing*, maka hal tersebut akan menimbulkan konflik antara para pemegang dalam suatu perusahaan. Bukan hanya akan terjadi konflik antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas tetapi juga akan berdampak pada entitas atau perusahaan itu sendiri seperti kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, pemegang saham pengendali (mayoritas) tidak selalu dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* atau pemegang saham

mayoritas tidak dapat menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan *transfer pricing*.

Tidak sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa pemegang saham mayoritas akan selalu menggunakan hak kendalinya untuk melakukan *transfer pricing* sebagai praktik tunneling atau pemindahan aset dan laba perusahaan dari entitas yang memiliki kepentingan ke entitas di mana mereka memiliki kontrol, atau ke entitas terkait lainnya di luar perusahaan untuk keuntungan mereka sendiri atau entitas yang terkait dengan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi logistik, menguji kelayakan model dan pengujian hipotesis dengan software *Eviews 12* mengenai pengaruh pajak, *leverage* dan *tunneling incentive*, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pajak berpengaruh positif signifikan pada signifikansi 1% terhadap *transfer pricing*.
2. *Leverage* berpengaruh positif signifikan pada signifikansi 1% terhadap *transfer pricing*.
3. *Tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan pada signifikansi 10% terhadap *transfer pricing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, A. S., & Noviari, N. (2018). Pengaruh pajak, *exchange rate*, *profitabilitas*, dan *leverage* pada keputusan melakukan *transfer pricing*. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441-1473.
- Cledy, Helti, and Muhammad Nuryatno Amin. "Pengaruh pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer." *Jurnal Akuntansi Trisakti* 7.2 (2020): 247-264.
- Fauzan, F., Arsanti, P. M. D., & Fatchan, I. N. (2021). *The Effect of Financial Distress, Good Corporate Governance, and Institutional Ownership on Tax Avoidance*. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 154-165
- Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Jurnal Akuntansi*.
- Hariaji, Novrian Wahyu, and Fajar Syaiful Akbar. "Pengaruh multinasionalitas, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap *transfer pricing*." *Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper*. Vol. 1. No. 1.2021.
- Hidayat, W. W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 15(1), 49-59.
- Izadina, N., Rabiee, H., & Hamidian, N. (2013). *A Study of the Relationship between Financial Leverage and Real Earning Management of Listed Companies in Tehran Stock*. *Journal of Accounting Advances*, 5(1), 33-54.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, *Tunneling Incentive* dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki

- Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (2019). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*. In *Corporate governance* (pp. 77-132). Gower.
- Kurniasih, T., Sari, R., & Maria, M. (2013). Pengaruh *return on assets, leverage, corporate governance, ukuran perusahaan dan kompensasi rugi fiskal pada tax avoidance*. *Buletin studi ekonomi*, 18(1), 44276.
- Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 156-165
- Nugraha, A. K. (2016). Analisis Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Semarang.
- Prakosa, K. B. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, dan *Corporate Governance* terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi*, 17, 24-27.
- Pratiwi, Bela. "Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, dan Leverage terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)." *Jurnal Ekobis Dewantara* 1.2 (2018): 1-13.
- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2019). Pengaruh pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1), 47-56.
- Putri, D. M., Sari, D. P., & Yudha, A. M. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Aset Pajak Tangguhan, dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Nilai Perusahaan "Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) 2016-2022". *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8784-8791.
- 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),
- Wardani, P. K., & Kurnia, K. (2018). Pengaruh Pajak, *Leverage*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(11).
- Wijaya, Indra, and Anisa Amalia. "Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap *Transfer Pricing*." *Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan* 13.1 (2020): 30-42.
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak Dan *Tunneling Incentive* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi*, 15, 1-23.