

THE ANALYSIS OF THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, AND TUNNELING INCENTIVE ON COMPANY DECISIONS TO ENGAGE IN TRANSFER PRICING IN MANUFACTURING COMPANIES WITHIN THE CONSUMER NON-CYCLICALS SECTOR LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2015-2021

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN TUNNELING INCENTIVE TERHADAP KEPUTUSAN PERUSAHAAN UNTUK MELAKUKAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICALS DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2021

Amirah Salwa^{1)*}

Ilham Wahyudi²⁾

Fredy Olimsar³⁾

¹⁾Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi-Indonesia

^{2)&3)} Dosen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi-Indonesia

^{*}) Korespondensi

Email : amirahsalwa1@gmail.com¹⁾, ilham_wahyudi@unja.ac.id²⁾, fredyolimsar@unja.ac.id³⁾

ABSTRACT

This study aims to empirically prove the effect of profitability, leverage, and tunneling incentive on the Company's decision to transfer pricing in manufacturing companies in the consumer non-cyclicals sector on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2021. The independent variables in this study were profitability, leverage, and tunneling incentive. While the dependent variable is transfer pricing which is measured using the CETR proxies. The sample used in this study is a consumer non-cyclicals sector manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange obtained as many as 16 companies. The analysis method in this study is simple linear regression. The results showed that variable profitability and tunneling incentive partially had a significant positive effect on transfer pricing. While leverage partially does not have a significant effect on transfer pricing.

Keywords: Transfer pricing, tunneling incentive, CETR, ROA, DER

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris Pengaruh Profitabilitas, *leverage*, dan *tunneling incentive* terhadap Keputusan Perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* pada Perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan *tunneling incentive*. Sedangkan variabel dependennya adalah *transfer pricing* yang diukur menggunakan proxy CETR (*Cash Effective Tax Rate*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan

manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 16 perusahaan. Metode analisis dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable profitabilitas dan *tunneling incentive* secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan *leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Kata Kunci: *Transfer pricing, tunnelling incentive, CETR, ROA, DER*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dunia yang semakin pesat ini merupakan indikasi dari adanya pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi sendiri ialah perubahan kondisi dari perekonomian suatu negara yang secara berkesinambungan menuju ke keadaan yang lebih baik selama satu periode. Dengan mengikuti arus ekonomi, perusahaan akan membawa perkembangan ekonomi yang baik dan perusahaan dapat bersaing dalam bisnisnya. Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi internasional, tanpa mengenal batas negara, membuat arus transaksi perdagangan antarnegara juga semakin mudah dan lancar, dimana terlihat semakin banyaknya perusahaan yang mulai memperluas pasarnya di luar negeri. Dalam hal ini, secara tidak langsung terbentuk fenomena dimana perusahaan multinasional atau *multinational corporation* saling berlomba-lomba untuk memperbesar perusahaannya dengan memiliki kantor cabang maupun pabrik yang tersebar di berbagai negara. Hal ini tentunya juga semakin memudahkan dan memperlancar transaksi perdagangan internasional sehingga setiap perusahaan multinasional akan semakin gencar dalam melaksanakan bisnis perdagangannya ke berbagai negara guna memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya terutama dengan melakukan hubungan istimewa melalui perusahaan relasinya yang berada di setiap negara.

Dengan adanya transaksi perdagangan internasional antar negara, maka secara tidak langsung perusahaan harus siap menghadapi suatu permasalahan yang akan sering terjadi di era globalisasi ini. Globalisasi berperan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan antarnegara dalam rangka memudahkan arus barang, jasa, modal, dan sumber daya manusia antarnegara. Kemajuan yang pesat dalam teknologi, transportasi, dan komunikasi memberikan kemudahan bagi perusahaan multinasional dalam menempatkan usaha mereka di negara manapun di seluruh dunia. Salah satunya adalah karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di tiap-tiap negara. Dengan adanya perbedaan tarif pajak ini yang memicu perusahaan multinasional dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* atau harga transfer melalui hubungan istimewa.

Transfer pricing merupakan suatu aktifitas manipulasi harga atas transaksi produk yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang memiliki kerjasama dengan perusahaan anak atau departemen dalam perusahaan dengan cara menjual produk dibawah harga pasar dengan tujuan memperkecil laba perusahaan agar terhindar dari pajak (Khotimah, 2020). *Transfer pricing* pada pelaksanaannya banyak dimanfaatkan oleh perusahaan salah satunya untuk meminimalisir biaya pajak yang dibayar dengan memanipulasi harga transfer antar perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan multinasional memindahkan labanya ke negara dengan tarif pajak yang rendah, sehingga dapat memperkecil beban pajak sebagai upaya dalam memaksimalkan keuntungan.

Seiring dengan perkembangan globalisasi perdagangan, *transfer pricing* menjadi fokus perhatian perusahaan multinasional. Reese et al. (1989) mendefinisikan perusahaan multinasional sebagai perusahaan publik atau korporasi swasta yang memiliki setidaknya satu anak perusahaan asing atau divisi afiliasi. Studi yang dilakukan oleh World Trade Organization (2007) menunjukkan bahwa sekitar 70% dari seluruh perdagangan global dihasilkan dari perusahaan multinasional. Hal yang serupa juga diungkapkan dalam penelitian Organization for Economic Cooperation and Development (OECD, 2017) yang mengungkapkan bahwa lebih dari 60% perdagangan global dilakukan oleh perusahaan multinasional yang berarti *transfer pricing* menjadi isu yang krusial.

Fenomena *transfer pricing* merupakan merupakan fenomena umum yang terjadi di nasional maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan statistik *Mutual Agreements Procedures* yang diumumkan oleh Organization for Economics Co-operation and Development (OECD). Berdasarkan statistik yang dimaksud menunjukkan bahwa tingkat kasus *transfer pricing* yang terjadi di dunia mengalami peningkatan. Dalam laporan OECD tahun 2018 kasus *transfer pricing* meningkat 20% lebih tinggi dibandingkan pada tahun sebelumnya (Suwiknyo, 2018).

Dari sisi pemerintahan, transfer pricing diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multi-nasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). (Widyastuti, 2011). Di pihak lain dari sisi bisnis,

perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*multi-national corporations*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004).

Kasus *transfer pricing* lainnya juga telah terjadi di Indonesia. Global Witness (Global Witness, 2019) melakukan penyelidikan terhadap PT Adaro Energy yang terindikasi melakukan *transfer pricing*. PT Adaro mempunyai anak perusahaan di Singapura yakni Coaltrade Services International. PT Adaro Indonesia (PT. Adaro Energy, Tbk) diduga telah melakukan penggelapan pajak dengan cara *transfer pricing*. PT. Adaro Indonesia telah melakukan manipulasi penggelapan pajak dengan transaksi jual beli batubara secara tidak wajar (dibawah harga batubara pasaran Internasional) kepada perusahaan afiliasinya di Singapura Coaltrade Services International Pte. Ltd.

PT. Adaro Indonesia menjual batubara ke perusahaan Coaltrade dari Singapura sebesar US\$26 per ton, sementara harga pasar US\$48 per ton. Sedangkan pada 2006, Adaro menjual batu bara ke Coaltrade US\$29 per ton, sementara harga internasional mencapai US\$40 per ton dengan volume penjualan 2005 mencapai 26 juta ton lebih dan 2006 mencapai 34 juta ton, terdapat selisih antara harga jual ke Coaltrade dan harga jual internasional masing-masing US\$589,9 juta (Rp5,8 triliun dengan kurs rata-rata 2005 sebesar Rp9.800/US\$) tahun 2005 dan US\$363,1 juta (Rp3,3 triliun dengan kurs rata-rata 2006 Rp9.096/US\$) tahun 2006.

Jika dihitung berdasarkan harga pasar, total pendapatan pada 2005 mestinya berjumlah US\$1,287 miliar dan 2006 US\$ 1,371 miliar. Berarti, ada selisih penjualan Adaro dengan penjualan berdasarkan harga pasar. Jika dirupiahkan mencapai Rp9,121 triliun. Hal ini dimaksudkan guna menghindari pembayaran royalti dan pajak yang harusnya dibayarkan ke kas negara. Dalam dokumen laporan keuangan Coaltrade pada 2002-2005, terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dari PT. Adaro Energy. Laporan keuangan tersebut menimbulkan kecurigaan, bagaimana mungkin PT. Adaro Energy yang memiliki tambang batubara kalah dengan trader. Belum lagi kerugian negara dari potensi royalti 13,5% yang nilai berkisar Rp1,231 triliun. Akibat *transfer pricing* yang terjadi pada tahun 2005-2006 lalu diperkirakan ada Rp9 triliun dari hasil penjualan yang disembunyikan. Sehingga kerugian negara terkait pajak dan royalti diperkirakan mencapai Rp4-5 triliun. Royalti adalah nilai yang harus dibayar sesuai harga jual. Adanya dugaan transfer pricing yang memperkecil nilai jual mengakibatkan royalti yang harus dibayarkan otomatis juga turun (Atika et al., 2013).

Selain di Indonesia, referensi dari kasus serupa, praktik *transfer pricing* juga terjadi dalam dunia internasional. Salah satu kasus *transfer pricing* untuk menghindari pajak adalah perusahaan Apple yang memindahkan keuntungannya senilai USD 252 miliar ke sebuah pulau kecil di Selat Inggris, yakni Jersey yang mempunyai tarif pajak rendah dengan tujuan untuk menghindari pembayaran pajak dari perusahaannya yang berlokasi di Afrika, Asia, dan Eropa. Sebelumnya, sejak tahun 1991 Apple telah mendirikan mayoritas perusahaan cabangnya di Irlandia, sebuah negara dengan pajak yang rendah. Pada tahun 2014, Apple hanya dikenakan pajak 0,005% untuk 2/3 keuntungan global yang didaftarkan sebagai aset perusahaan di Irlandia (Muthahhari, 2017). Alasan Apple beralih dari Irlandia ke Jersey karena Komisi Eropa pada tahun 2016 telah memutuskan bahwa adanya pelanggaran dalam regulasi pajak Irlandia terhadap peraturan subsidi di negara-negara yurisdiksi Uni Eropa. Penghindaran pajak yang dilakukan Apple dianggap ilegal karena adanya kesenjangan antara beban pajak Apple dengan bisnis yang lain. Selain itu, Komisi Eropa juga menyatakan adanya kerugian besar pada pendapatan pajak negara-negara Eropa. Perusahaan Apple di Irlandia dianggap tidak mempunyai bukti yang cukup kuat untuk menunjukkan kapasitas operasional mereka dalam melakukan praktik bisnis atau dikatakan sebagai sebuah perusahaan. Sebagai sanksinya, Apple harus membayar senilai USD 13 miliar ke Irlandia. Di mana sejumlah uang tersebut sama dengan pengeluaran negara untuk pelayanan kesehatan sebesar USD 12,9 miliar. Jika saja Apple tidak melakukan praktik transfer pricing dan tidak menghindari pajak, maka Irlandia dapat memakmurkan warganya dengan pendapatan pajaknya. Dilansir dari The Washington Post, kerugian penerimaan pajak berdasarkan wilayah regional yang ditimbulkan karena adanya praktik penghindaran pajak adalah Eropa senilai USD 78 miliar, Amerika Serikat senilai USD 35 miliar, dan Asia USD 34 miliar.

Perusahaan-perusahaan multinasional tersebut melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak mereka. Berbagai penelitian tentang keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* sudah dilakukan. Dalam penelitiannya masing-masing memiliki perbedaan dalam variabel karakteristik, sehingga hasil penelitiannya pun berbeda. Mengenai faktor profitabilitas, menurut (E. P. Sari & Mubarak, 2018), profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil ini didukung oleh penelitian

(Anisyah, 2018) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil temuan lain (Deanti, 2017) menemukan hubungan tidak signifikan antara profitabilitas terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Novi Lailiyul Wafiroh, 2014) dan (Sefty, 2017) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif antara *tunneling incentive* dengan keputusan melakukan *transfer pricing*. Menurut (Ananta, 2018) *Tunneling incentive*, adalah kegiatan pentransferan aset dan/atau pembagian keuntungan dan/atau pemberian hak-hak istimewa yang langsung diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa memperhatikan hak-hak pemegang saham minoritas. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali pada untuk keputusan daripada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas (Nugraha, 2016)

Selain profitabilitas dan *tunneling incentive*, *leverage* juga mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang dalam pembiayaan. Perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan transfer utang dan atau modal. Transfer utang dan atau modal yang sebagian didorong oleh peluang untuk arbitrase pajak dan dengan demikian, perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi selektif utang untuk tujuan pajak lebih mungkin menjadi agresif dalam hal pengaturan *transfer pricing*. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup. Penelitian yang dilakukan oleh (Richardson, Taylor, et al., 2013) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang memberikan hasil yang berbeda-beda atau tidak konsisten yaitu variabel penghindaran pajak, maka penelitian ini diangkat untuk menguji kembali penelitian terdahulu dengan objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan dalam jangka waktu 6 tahun.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. *Transfer Pricing*

Transfer pricing merupakan hal yang wajar dalam dunia usaha, namun menurut Dr. Gunadi yang merupakan mantan direktur pemeriksaan pajak, *transfer pricing* mempunyai konotasi yang negative sebagai suatu praktik bisnis yang tidak baik, yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak (*taxable income*) dari suatu perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan multinasional ke negara-negara yang tarif pajaknya rendah dalam rangka mengurangi total beban pajak dari kelompok perusahaan multinasional tersebut.

Transfer pricing sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayarkan melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi. Perusahaan multinasional cenderung merelokasi penghasilan globalnya pada negara dengan kewajiban pajak rendah (*low tax country*) dan menggeser biaya-biaya dalam jumlah yang lebih besar pada negara dengan kewajiban pajak yang tinggi (*high tax country*). Artinya ada pergeseran kewajiban perpajakan dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara yang menerapkan pajak rendah.

Peningkatan transaksi transnasional di mana arus barang, jasa maupun modal akan masuk/dan atau keluar dari suatu negara ke negara lain tanpa hambatan, menyebabkan pertumbuhan perusahaan nasional semakin pesat. Guna memenangkan persaingan, perusahaan multinasional memiliki strategi mendirikan anak perusahaan di berbagai negara sebagai strategi bisnis untuk memenangkan persaingan seperti mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar, menguasai sumber-sumber daya yang relatif terbatas, dan sebagian besar transaksi dan aktivitas ekonomi terjadi di antara lingkungan perusahaannya, seperti transaksi penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa, penggunaan hak kekayaan intelektual, pemberian pinjaman, dan sebagainya.

Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional untuk beradaptasi dengan menggunakan teknik *transfer pricing* atas sumber daya, jasa, dan teknologi yang ditransfer dari suatu perusahaan ke anak perusahaan yang lain dalam sistem multinasional. Perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*multinational corporations*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Kamilah, 2016).

2.2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan, semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* (Sudarmadji et al., 2007). Transaksi *transfer pricing* tersebut digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham. Dengan *transfer pricing*, perusahaan dapat menyesuaikan harga transfer atas berbagai transaksi yang dilakukan antar anggota (divisi) perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Richardson, Taylor, et al., 2013).

2.3. Leverage

Secara umum *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang, dengan kata lain sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (Kasmir, 2017). Pembiayaan dengan utang menimbulkan beban yang bersifat tetap. Sedangkan (Brealey et al., 2008) dalam (Atika et al., 2013) menyatakan bahwa rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan. Setiap penggunaan hutang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap risiko dan pengembalian.

Leverage dapat diukur melalui rasio utang. Rasio utang akan menunjukkan proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai dengan utang. Rasio ini dihitung dengan membandingkan total utang dengan total aktiva. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal perusahaan. Semakin tinggi *leverage* sebuah perusahaan berarti semakin tinggi pula ketergantungan perusahaan tersebut kepada krediturnya (Kasmir, 2017).

2.4. Tunneling Incentive

Istilah "*tunneling*" pada awalnya digunakan untuk menggambarkan pengambil alihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko seperti pemindahan aset melalui sebuah terowongan bawah tanah (*tunnel*). Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi (Mutamimah, 2008).

Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer. Manajer lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham (Rosa et al., 2017). Menurut (Hartati et al., 2014) *Tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas. Menurut (N.L Wafiroh & Hapsari, 2016) *Tunneling incentive* dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi/jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi).

Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Mispiyanti, 2015) dan (Saraswati & Surjana, 2017) bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

2.5. Pengembangan Hipotesis

H1: Profitabilitas, *Leverage*, dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*

H3: *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*

H4: *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

3. METODE

Menurut (Sugiyono, 2016) metode penelitian dapat diartikan sebagai cara untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan tipe kausatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Jenis hubungannya bersifat kausatif dimana bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat, tapi tidak dengan jalan eksperimen melainkan dilakukan dengan pengamatan terhadap data dari faktor yang diduga menjadi penyebab, sebagai pembanding.

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu mencari jurnal, penelitian terdahulu, dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selain itu dengan menelaah laporan keuangan Perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2021. Pengumpulan data sekunder diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh pada situs www.idx.co.id, sahamoke.com serta idnfinancials.com untuk memperoleh data mengenai laporan keuangan dibutuhkan dalam penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Analisis deskriptif bertujuan memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan diamati. Analisis terhadap rasio-rasio untuk mencari nilai atau angka-angka dari variabel profitabilitas, *leverage*, dan *tunneling incentive*. Untuk mencari nilai maksimum, minimum, dan *mean* (rata-rata).

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang berguna untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan memberikan keterkaitan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang di pergunakan (Ghozali, 2018). Analisis dilakukan dengan mengelola data menggunakan software IBM SPSS 22. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dnegan menggunakan analisis regresi sederhana, pada variabel penelitian tersebut dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji Heteroskedastisitas, dan Uji Linearitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian yang diamati. Data yang diperoleh dari hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai tertinggi (maksimum), nilai terendah (minimum), rata-rata (mean), dan standar deviasi dari variabel yang diteliti, baik itu variabel independen maupun dependen. Berdasarkan uji statistik dengan menggunakan program bantuan IBM SPSS 22. Maka hasil uji statistik deskriptif data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1. sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	112	-1.56	2.92	.3629	.66209
X1	112	-58.25	49.31	6.1142	15.50498
X2	112	-45.96	14.96	.8757	5.24899
X3	112	.26	6.68	.7694	.59759
Valid N (listwise)	112				

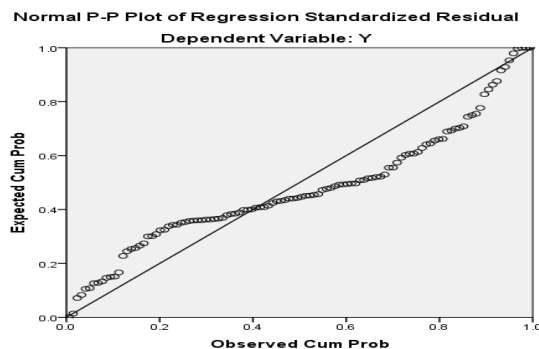
Sumber : Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel diatas, jumlah observasi pada variabel likuiditas adalah sebanyak 112 sampel yang diuji. Variabel *transfer pricing* adalah sebanyak sampel yang diuji. Variabel *transfer pricing* memiliki nilai minimum -1,59 dan nilai maksimum 2,92 Sedangkan nilai rata-rata variabel *transfer pricing* sebesar 0,3629 dan standar deviasi sebesar 0,662. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -58,25 dan nilai maksimum 49,31 Sedangkan nilai rata-rata variabel profitabilitas sebesar 6,11 dan stadar deviasi sebesar 15,504. Variabel *leverage* adalah sebanyak 112 sampel yang diuji. Variabel *leverage* memiliki nilai minimum -45,96 dan nilai maksimum 23,42. Sedangkan nilai rata-rata variabel *leverage* sebesar 1,24 dan stadar deviasi sebesar 4,889. Variabel *tunneling incentive* adalah sebanyak 112 sampel yang diuji. Variabel *tunneling incentive* memiliki

nilai minimum 0,26 dan nilai maksimum 6,68 Sedangkan nilai rata-rata variabel *tunneling incentive* sebesar 0,71 dan standar deviasi sebesar 0,522.

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik. Untuk memperjelas tentang sebaran data dalam penelitian ini maka akan disajikan dalam grafik normal P-plot. Dimana dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011) yaitu jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.1.
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan grafik normal P-Plot diatas disimpulkan bahwa pada grafik normal P-Plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal,serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (ghozali, 2016). Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terkait dan diregresi terhadap variabel bebaslainnya.

Multikolinieritas terjadi apabila antar variabel bebas terdapat hubungan yang signifikan. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan kolinieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai VIF diatas 10 Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.2.:

Tabel 4.2.
Hasil Uji Multikolinieritas

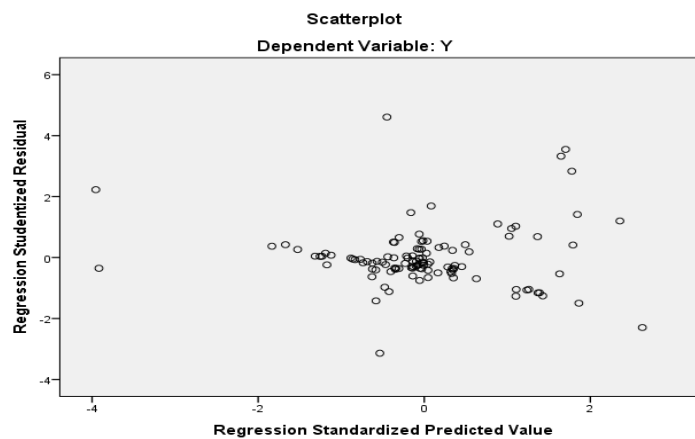
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.990	1.010
X2	.990	1.010
X3	.999	1.001

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Tabel 4.2. di atas menunjukkan hasil perhitungan nilai *tolerance* semua variabel bebas memiliki nilai $tolerance > 0,10$. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai $VIF < 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu menggunakan Grafik Plot. Berikut adalah hasil uji

heteroskedastisitas menggunakan grafik plot dapat dilihat pada gambar 4.2. :



Gambar 4.2.

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Grafik Plot)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan *scatterplot* seperti yang disajikan pada gambar 4.2. terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (ghozali, 2016) uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *Durbin Watson test*, menurut Languju dkk (2016) ada tidaknya masalah autokorelasi dapat diketahui berdasarkan nilai *Durbin Watson* (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasipositif
2. Angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasinegative

Berikut ini adalah hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin Watson* pada tabel 4.3. :

Tabel 4.3.
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.571 ^a	.326	.307	.55125	1.417

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan dari hasil diatas terlibat bahwa nilai DW sebesar 1,417 yang artinya Angka D-W diantara -2 sampai +2, yang berarti tidak ada autokorelasi

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas *leverage* dan *tunneling incentive* terhadap variabel dependen *transfer pricing* adalah model regresi linier berganda. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian analisis regresi linier berganda :

Tabel 4.4.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.395	.088		4.501	.000
	X1	.023	.003	.536	6.745	.000
	X2	.001	.010	.009	.113	.911
	X3	-.225	.088	-.203	-2.567	.012

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

4.4. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model penelitian, dengan kriteria, jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil pengolahan data nilainya lebih kecil dari signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil pengolahan data nilainya lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel hasil uji statistik F :

Tabel 4.5.
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.840	3	5.280	17.376	.000 ^b
	Residual	32.818	108	.304		
	Total	48.658	111			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.5. hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel dimana $17,376 > 2,66$ ($df = 154-3 = 151$) dan nilai signifikansiyang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini membuktikan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan *tunneling incentive* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

4.5. Uji Statistik t

Uji statistik t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel-variabel secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, apakah profitabilitas *leverage* dan *tunneling incentive* benar-benar berpengaruh terhadap tranfer pricing. Berikut disajikan tabel hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Hasil Uji Model Statistik (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.395	.088		4.501	.000
	X1	.023	.003	.536	6.745	.000
	X2	.001	.010	.009	.113	.911
	X3	-.225	.088	-.203	-2.567	.012

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} masing-masing variabel nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) yang menyebut profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing* dilihat dengan hasil perhitungan nilai $t_{hitung} 6,745 > t_{tabel} 1,655$. Hasil pengujian ini mengintrepretasikan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada taraf signifikansi 5% dengan kata lain H_1 diterima.

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) yang menyebut *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* dilihat dengan hasil perhitungan nilai $t_{hitung} 0,113 < t_{tabel} 1,655$. Hasil pengujian ini mengintrepretasikan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada taraf signifikansi 5% dengan kata lain H_2 ditolak.

Hasil pengujian hipotesis keempat (H_4) yang menyebut *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dilihat dengan hasil perhitungan nilai $t_{hitung} -2,667 < t_{tabel} 1,655$. Hasil pengujian ini

mengintrepretasikan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing pada taraf signifikansi 5% dengan kata lain H_2 ditolak.

4.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Berikut disajikan tabel hasil uji koefisien Determinasi R^2 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.571 ^a	.326	.307	.55125	1.417

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan tampilan output model summary pada tabel 4.7, besarnya *adjusted* adalah 0,307. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas leverage dan tunneling incentive mempengaruhi tranfer pricing sebesar 30,7 persen sedangkan sisanya 69,3 persen dipengaruhi oleh varoiabel lain yang tidak ditelti dalam penelitian ini.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel profitabilitas, *leverage* dan *tunneling incentive* secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Variabel *leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Variabel *tunneling incentive* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran, agar penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel yang lebih banyak lagi jangan cuma perusahaan perusahaan manufaktur sektor *consumer Non-Cyclicals* saja sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi. Penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan sebuah penelitian dengan menggunakan metode lain lagi selain regresi berganda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, M. C. A. (2018). Analisis Pengaruh pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Praktik Transfer pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016). *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Anisyah, F. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Intangible Assets, Profitabilitas, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing. *JOM FEB*, 1(1), 1–14.
- Atika, Darminto, & Handayani, S. R. (2013). Pengaruh Beberapa Rasio Keuangan terhadap Prediksi Kondisi Financial Distrss. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 4(3), 1–12.
- Badjuri, A. (2011). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kualitas Audit Auditor Independen pada Kantor Akuntan Publik (KAP)*.
- Brealey, Myears, & Marcus. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan* (Edisi Keli). Erlangga. Jakarta.

- Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021. (Amirah Salwa, Ilham Wahyudi dan Fredy Olimsar)
-
- Deanti, L. R. (2017). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, Leverage, Profitabilitas, dan Tunneling incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Skripsi S1. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi Ke-8). Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Ke-9). Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 127–178.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Azlina, N. (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Mataram*, 24–27.
- Kamilah, A. (2016). *Transfer Pricing Perusahaan Multinasional di Sektor Pajak.*
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, K. (2020). *Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Transferring Pricing dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderasi.*
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16, 62–73.
- Mutamimah. (2008). Tunneling atau Value Added dalam Strategi Marger dan Akuisisi di Indonesia. *Manajemen & Bisnis*, 7(1).
- Nugraha, A. K. (2016). *Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia.*
- Oktamawati, M. (2017). *Pengaruh Karakter Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas terhadap Tax Avoidance.*
- Pramana, A. H. (2014). Pengaruh Pajak, Bonus Plan, Tunneling Incentive, dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Sripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.*
- Puspita, D., & Febrianti, M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akunransi.*
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence From Australian Firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9(2), 136–150.
- Richardson, Grant, Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants Of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms. *Journal Of Contemporary Accounting & Economics*, 9.
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). *Pengaruh pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant, dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Transaksi Transfer pricing.*
- Santoso, I. (2004). Advance Pricing Agreement dan Problematika Transfer Pricing dari Perspektif Perpajakan Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 6(2).
- Saraswati, G. A. R. S., & Surjana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2).
- Saraswati, & Sujana. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19.2.
- Sari, E. P., & Mubarak, A. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Pajak dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing.*

- Sari, N., Luthan, E., & Syafriyen, N. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2018*.
- Sari, S. r., Astuti, T. p., & Suseno, A. e. (2017). Kepemilikan Keluarga dan Tindakan pajak Agresif. *Proceedings Simposium Nasional Akuntansi*.
- Sefty, S. (2017). Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Sudarmadji, Murdoko, A., & Sularto, L. (2007). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan*.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Suwiknyo, E. (2018). Kasus Transfer Pricing Meningkat. *Bisnis.Cpm*.
- Wafiroh, N. L. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2016). Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 6.
- Widyastuti, I. (2011). Aspek Perpajakan dalam Praktik Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Perbankan*, 19(15).