

**PENGARUH PAJAK, *EXCHANGE RATE*, *TUNNELLING INCENTIVE*,  
UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP *TRANSFER  
PRICING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2015-2018**

**ARTIKEL ILMIAH**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Akuntansi**



**Oleh :**

**Nama : Sintikhe Ruth Dere**

**NIM : 2016310502**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2020**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Sintikhe Ruth Dere  
Tempat, Tanggal Lahir : Kupang, 02 Februari 1997  
N.I.M : 2016310502  
Program Studi : Akuntansi  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Audit dan Perpajakan  
Judul : Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur tahun 2015-2018

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal :

**(Dewi Murdiawati, SE..M.M)**

**NIDN : 0716118204**

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,

Tanggal :

**(Dr. Nanang Shonhadji, SE., Ak., M. Si., CA., CIBA., CMA)**

THE EFFECT OF TAXES, EXCHANGE RATE, TUNNELING INCENTIVE, COMPANY  
SIZE AND LEVERAGE ON TRANSFER PRICING IN MANUFACTURING COMPANIES  
IN 2015-2018

Sintikhe Ruth Dere

2016310502

2016310502@students.perbanas.ac.id

**ABSTRACT**

*Transfer pricing is a result of business growth business today. National companies now become the multinational corporations whose activities are not only centered on one country alone, but in some countries. This is done for tax evasion in order to obtain high profits. The purpose of this study to examine the effect of tax, exchange rate, tunnelling incentive, firm size, and leverage to transfer pricing in the manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2018. These samples were obtained by purposive sampling method using several criteria in order to obtain a sample of 10 companies. Hypothesis testing is done by linear regression models with SPSS 22. The result shows that tax have significant effect on transfer pricing at  $0.044 < 0.050$  level of significance, exchange rate doesn't take any effect on transfer pricing at  $0.909 > 0.050$  level of significance, tunnelling incentive have significant effect on transfer pricing at  $0.008 < 0.05$  level of significance, firm size doesn't take any effect on transfer pricing at  $0.099 > 0.05$  level of significance and leverage have significant effect on transfer pricing at  $0.001 < 0.05$  level of significance. The amount of determination ( $r^2$ ) of the tax effect, the exchange rate, tunnelling incentive, firm size and leverage to transfer pricing that is equal to 3%, while the remaining 97% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Key words :** Tax, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Company Size, and Leverage.

PENGARUH PAJAK, *EXCHANGE RATE*, *TUNNELING INCENTIVE*, UKURAN  
PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2015-2018

Sintikhe Ruth Dere

2016310502

2016310502@students.perbanas.ac.id

**ABSTRACT**

*Transfer Pricing* adalah hasil dari pertumbuhan bisnis bisnis saat ini. Perusahaan nasional kini menjadi perusahaan multinasional yang aktivitasnya tidak hanya berpusat di satu negara saja, tetapi di beberapa negara. Hal ini dilakukan untuk menghindari pajak agar memperoleh keuntungan yang tinggi. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pajak, nilai tukar, tunneling incentive, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Sampel ini diperoleh dengan metode purposive sampling dengan menggunakan beberapa kriteria sehingga diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan model regresi linier dengan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing pada tingkat signifikansi  $0,044 < 0,050$ , nilai tukar tidak berpengaruh terhadap transfer pricing pada tingkat signifikansi  $0,909 > 0,050$ . tunneling incentive berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing pada tingkat signifikansi  $0,008 < 0,05$ , ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap transfer pricing pada tingkat signifikansi  $0,099 > 0,05$  dan leverage berpengaruh signifikan terhadap harga transfer pada tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Besarnya determinasi ( $r^2$ ) pengaruh pajak, nilai tukar, tunneling incentive, firm size dan leverage terhadap transfer pricing yaitu sebesar 3%, sedangkan 97% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, Ukuran Perusahaan  
dan *Leverage*

**PENDAHULUAN**

Dengan perkembangan dunia usaha bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya

tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Sehingga menyebabkan perusahaan menjadi proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Hal ini mungkin tidak menjadi

sulit apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu negara karena beban-beban serta biaya-biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun hal ini akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan diberbagai negara dan itulah yang terjadi saat ini.

Perusahaan akan sulit menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan. Dengan perkembangan perekonomian yang semakin pesat dan membuat batas-batas negara menjadi hampir tidak ada. Perusahaan multinasional juga akan menghadapi suatu permasalahan yaitu perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dapat menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan anti

dumping, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen.

Mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun bisa juga menjadi suatu peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba yang tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan membuat strategi atau perencanaan kedepannya untuk menghindari pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus tax heaven country.

Pemerintah beranggapan bahwa, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan

berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena pada perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*Tax Heaven Countries*). Sedangkan dari sisi bisnis praktik *transfer pricing* menguntungkan bagi perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan biaya terutama dalam hal pembayaran pajak perusahaan. Bagi otoritas pajak, ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan koreksi pajak agar memperoleh bukti yang kuat mengenai dugaan terjadinya *transfer pricing* yaitu adanya hubungan istimewa atau afiliasi dan kewajaran atau *arm's length principle*. Berdasarkan Undang-Undang nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu : hubungan istimewa antara wajib pajak dapat terjadi

karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan (Elsa, 2016).

Salah satu contoh praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia adalah PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia dimana Direktorat Jenderal Pajak menduga bahwa perusahaan tersebut telah melakukan penghindaran pajak senilai 1,2 triliun dengan melakukan transfer pricing. Kasusnya di pengadilan pajak sampai sekarang belum diputuskan. Adanya kasus ini akan menunjukkan bagaimana tuduhan itu berawal. Tahun 2014 mobil Toyota impor diturunkan dari kapal Trans Future 3 di Tanjung Priok Car Terminal, di kawasan pelabuhan Indonesia II, Tanjung Priok, Jakarta Utara. Skandal *transfer pricing* Toyota di Indonesia awalnya teredus setelah

Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing.

Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun itu, dan meminta negara mengembalikannya (restitusi). Kasus tersebut terus berlanjut dimana pada tahun 2014 tempo memperoleh selebar dokumen manifest kapal MV Trans Future 3 yang mengungkap salah satu indikasi transaksi *transfer pricing* Toyota. Manifest itu disebutkan bahwa Toyota Motor Manufacturing mengiri 307 unit mobil Fortuner dari dermaga Tanjung Priok ke pelabuhan Batangas, Luzon, Filipina. Pembelinya adalah Toyota Motor Philippines Corporation yaitu unit bisnis Toyota di negara itu. Sisanya, sekitar 700 unit mobil Innova dikirim ke pelabuhan Laem Chabang Thailand untuk Toyota

Motor Thailand co Ltd unit korporasi Toyota di Thailand.

Dokumen manifest itu terungkap bahwa seribu mobil buatan Toyota Motor Manufacturing Indonesia harus dikirim dulu ke kantor Toyota Asia Pasifik di Singapura, sebelum berangkat ke Filipina dan Thailand. Menurut Justinus Prastowo, Direktur Eksekutif Center for Indonesia *Taxation Analysis*, mengingatkan skema jual beli antar negara ada persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu *transfer pricing* atau transaksi antar pihak terafiliasi tidak dituding sebagai modus penghindaran pajak (*tax avoidance*) yaitu memenuhi syarat nilai transaksi mereka harus memenuhi standar kewajaran. Di sinilah masalahnya, merujuk pada dokumen persidangan sangketa pajak ini ada sejumlah temuan yang mengindikasikan bahwa Toyota Indonesia menjual mobil produksi mereka ke Singapura dengan tidak wajar. Toyota Motor Manufacturing di Indonesia tercatat

mengekspor 17.181 unit Fortuner ke Singapura.

Pemeriksaan atas laporan keuangan Toyota sendiri, petugas pajak menemukan bahwa harga pokok penjualan atau *cost of goods sold* (COGS) Fortuner itu adalah Rp 161 juta per unit. Anehnya, dokumen internal Toyota menunjukkan bahwa semua Fortuner itu dijual 3,49 persen lebih murah dibandingkan nilai tersebut. Hal tersebut menunjukkan Toyota Indonesia menanggung kerugian dari penjualan mobil itu ke Singapura sehingga mengurangi peredaran usaha, dan mengurangi laba perusahaan yang menyebabkan pembayaran pajak rendah (Investigasi.tempo.co, Selasa 21/11/2017).

Ada beberapa alasan yang memungkinkan suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Alasan pertama adalah motivasi pajak, dimana pemerintah mewajibkan atau menuntut suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal

ini membuat perusahaan multinasional merasa tertekan dan harus secara rutin membayar pajak, bagi pemerintah pajak merupakan pendapatan untuk negara. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang pajak terhadap *transfer pricing* diantaranya Gusti Ayu et al (2017) yang menemukan bahwa pajak mempunyai hubungan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati et al (2018), Bella Pratiwi (2018), dan Marfuah et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehubungan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali untuk menguji pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.

Alasan kedua yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu



*exchange rate*. *Exchange rate* merupakan harga suatu mata uang relative terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (supply) dan permintaan (demand) mata uang tersebut. Berkembangnya dunia bisnis membuat berkembang pula motif perusahaan dalam menerapkan *transfer pricing* di perusahaannya. Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Saat ini perusahaan multinasional telah berlomba-lomba untuk dapat meluaskan jaringan pemasarannya ke luar negeri.

Adanya perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus – menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya

akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang *exchange rate* terhadap *transfer pricing* diantaranya Desi Alfiatus et al (2019) yang menemukan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri Mulyani et al (2020), Bella Pratiwi (2018) dan Marfuah et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara *exchange rate* terhadap *transfer pricing*.

Alasan ketiga yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*. Teori agensi yang menjelaskan dimana terdapat hubungan antara agen dan *principal* dimana pemegang saham pengendali asing berupaya untuk dapat memperoleh pengembalian modal yang maksimal dari tingkat kepemilikannya yaitu dengan cara memerintah manajemen untuk melakukan transaksi dengan pihak

berelasi yang tentunya merugikan pemegang saham non pengendali. Salah satu transaksi dengan pihak berelasi yang dapat dilakukan adalah *transfer pricing*. Sarifah Alfiatus *et al* (2019), menyatakan bahwa *tunneling incentive* merupakan perilaku dari manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Dalam hal ini pemegang saham pengendali asing secara bebas melakukan *tunneling incentive* yaitu dengan menjual produk perusahaan di bawah harga pasar atau tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali.

Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, diantaranya Desi Alfiatus *et al* (2019), Thesa Refgia (2017), Gusti Ayu *et al* (2017), dan Marfuah *et al* (2014) yang menemukan

bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri M. *et al* (2020) dan Bella Pratiwi (2018) menunjukkan hal yang berbeda yaitu *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan keempat yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* non pajak adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan. Hal tersebut membuat manajer yang mengelolah perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk dapat melaksanakan manajemen laba termasuk dengan melakukan *transfer pricing*. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat

kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan (Thesa Refgia, 2017).

Menurut penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Sulistyowati *et al* (2018) dan Elsa Kisari (2016) yang menemukan bahwa factor non pajak yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017) dan Nancy Kiswanto *et al* (2014) menunjukkan hal yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan kelima yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan kegiatan

*transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dalam menggunakan hutang untuk pembiayaan. Pada perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompoknya dengan hutang dan / atau transfer modal. Utang dan / atau transfer modal sebagian didorong oleh peluang untuk arbitrase pajak dan dengan demikian, perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi utang selektif untuk keperluan pajak lebih cenderung agresif dalam hal pengaturan penetapan harga *transfer pricing*. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti harga transfer dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup.

Factor tersebut sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan

perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan melakukan *transfer pricing* (Sulistiyowati et al, 2018). Dalam UU Perpajakan No. 36 Tahun 2008 menjelaskan tentang penentuan besarnya perbandingan antara utang dan modal perusahaan untuk keperluan perhitungan pajak penghasilan. UU NO. 36 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (3) & (4) menjelaskan bahwa saldo utang meliputi saldo utang jangka panjang maupun saldo utang jangka pendek yang termasuk saldo utang dagang yang dibebani bunga dan modal adalah saldo rata-rata modal pada satu tahun pajak.

Menurut penelitian tentang pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Bella Pratiwi (2018) dan Sulistiyowati et al (2018) menunjukkan hal yang berbeda yaitu tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Grand theory* dalam penelitian ini adalah teori agensi. Teori keagenan menjelaskan bagaimana konflik yang terjadi akibat adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. *Agency conflict* timbul akibat adanya asimetri informasi antara pemilik dan manajer perusahaan dimana tujuan individu cenderung selalu diprioritaskan oleh manajer daripada tujuan perusahaan. Dengan adanya wewenang yang diberikan oleh pemegang saham kepada manajer, maka aktiva dari entitas dikelola manajer sehingga manajer memiliki kesempatan untuk melakukan transaksi hubungan istimewa untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk dan jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (Gusti Ayu, 2017).

## METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.

Adapun teknik pengambilan sampel dari populasi tersebut menggunakan metode *purposive sampling* yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan manufaktur dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih sebagai pemegang saham pengendali. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15 Tahun 2017 paragraf 5 yang menyatakan bahwa pemegang saham pengendali atau memiliki pengaruh signifikan adalah pihak yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih.
- b. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan. Hal ini karena

perusahaan yang mengalami kerugian tidak memiliki kewajiban perpajakan di tingkat perusahaan sehingga motivasi pajak menjadi tidak relevan.

- c. Laporan keuangan perusahaan sampel disajikan dalam mata uang rupiah karena mempertimbangkan perubahan kurs yang berfluktuatif.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.

Data yang disajikan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur tahun 2015-2018. Jumlah perusahaan yang bergerak di dalam sektor manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2016 adalah sebanyak 178 perusahaan. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling* telah diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan yang dianggap layak untuk dijadikan sebagai subyek penelitian. Berikut ini merupakan penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini :

**Table 1**  
**Kriteria Pemilihan sampel**

Keterangan	Jumlah
Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2015 -2018	712
Perusahaan sampel yang tidak dikendalikan perusahaan asing dengan presentase kepemilikan kurang dari 20%	(120)
Perusahaan sampel yang tidak menyajikan laporan keuangan tahunan dalam mata uang rupiah	(200)
Perusahaan sampel yang mengalami kerugian pada tahun 2015-2018	(352)
Jumlah Sampel Penelitian	40

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (diolah)

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.251	0.32		3.9	0
	Pajak (X1)	0.342	0.16	0.314	2.087	0.04
	Exchange Rate (X2)	0.019	0.16	0.015	0.115	0.91
	Tunelling Incentive (X3)	0.01	0	-0.392	-2.83	0.01
	Ukuran Perusahaan (X4)	0.02	0.01	-0.229	-1.7	0.1
	Leverage (X5)	0.25	0.07	-0.511	-3.75	0

a. Dependent Variabel : *Transfer Pricing*

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 2 dihasilkan persamaan model pertama regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Transfer Pricing} : 1.251 + 0.342 (X1) + 0.019 (X2) - 0.008 (X3) - 0.020 (X4) - 0.254 (X5) + e$$

### Uji Signifikansi Parameter Individual (T-Test)

Tabel 5

Hasil Uji Statistik (T-Test)

### PENGUJIAN HIPOTESIS

#### Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Table 3

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0.029	0.03

Sumber : data diolah IBM SPSS 22

#### Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

Table 4

Hasil Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

ANOVA <sup>a</sup>					
Modal	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.69	5	0.339	5.8	.001 <sup>b</sup>
Residual	1.98	34	0.058		
Total	3.68	39			

a. Dependent Variabel : *Transfer Pricing* (Y)

b. Predictors : (Constant), *Leverage* (X5), *Ukuran Perusahaan* (X4), *Tunneling Incentive* (X3), *Exchange Rate* (X2), *Pajak* (X1)

Sumber : data diolah IBM SPSS 22

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.251	0.32		3.9	0
	Pajak (X1)	0.342	0.16	0.314	2.087	0.04
	<i>Exchange Rate</i> (X2)	0.019	0.16	0.015	0.115	0.91
	<i>Tunneling Incentive</i> (X3)	-0.008	0	-0.39	-2.83	0.01
	<i>Ukuran Perusahaan</i> (X4)	-0.020	0.01	-0.23	-1.7	0.1
	<i>Leverage</i> (X5)	-0.254	0.07	-0.51	-3.75	0

a. Dependent Variabel : *Transfer Pricing*

Sumber : data diolah IBM SPSS 22

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis mengenai pengaruh pajak, *exchange rate*, *tunnelling incentive*, ukuran perusahaan, dan *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia. Data sampel diperoleh sebanyak 10 perusahaan dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2018. Sumber penelitian diperoleh dari Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pajak secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin besar nilai pajak perusahaan maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini

dilakukan dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada di Negara lain yang tariff pajaknya rendah.

2. Variabel *exchange rate* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal yang mengakibatkan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah adanya perusahaan sampel yang mengalami rugi atas selisih kurs pada kegiatan operasi perusahaan tersebut. Dengan adanya kerugian tersebut perusahaan memandang bahwa asanya nilai tukar tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan salah satunya dikarenakan oleh melemahnya mata uang domestic. Melemahnya mata uang domestic membuat perusahaan merugi dalam transaksi dengan pihak asing yang menggunakan kurs.



3. Variabel *tunneling incentive* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini menjelaskan bahwa saham perusahaan yang telah dimiliki oleh pemegang saham pengendali asing akan cenderung melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali asing yang berada dinegara yang tarif pajaknya rendah.

4. Variabel ukuran perusahaan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin besar asset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer*

*pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

5. Variabel *leverage* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. ini artinya semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi *transfer pricing*. Perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang agar mengurangi pajak, dengan sengajanya perusahaan berutang untuk mengurangi beban pajak maka

dapat disebutkan bahwa perusahaan tersebut agresif terhadap pajak.

## KETERBATASAN

Dalam melakukan penelitian ini tentu tidak terlepas dari keterbatasan. Peneliti saat ini

menemukan beberapa keterbatasan yaitu

1. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian masih relative kecil yaitu 0.030 yang menunjukkan variabel pajak, *exchange rate*, *tunnelling incentive*, ukuran perusahaan dan *leverage* hanya mapu mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* sebesar 3% yang artinya masih terdapat variabel lain diluar penelitian sebesar 97% yang dapat mempengaruhi variabel yang diteliti.
2. Populasi yang digunakan oleh peneliti yaitu perusahaan manufaktur sebanyak 178 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tetapi banyak

perusahaan yang di eliminasi karena tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti sehingga jumlah sampling perusahaan tidak sebanyak seperti populasi.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian selain perusahaan manufaktur seperti pertambangan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indicator lain untuk mengukur pajak, *exchange rate*, *tunnelling incentive*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* yang mudah dipahami agar tidak mempersulit bagi peneliti.

3. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang mungkin berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
4. Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- Refgia, Thesa. (2017). “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*”. *JOM Fekon*, 4. 543-549.
- Marfuah, dan Azizah, A. P. (2014). “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* pada keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*”. *JAAI*, 18.
- Saraswati, G. A., dan Surjana, I. K. (2017). “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* pada Indikasi Melakukan *Transfer pricing*”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19,2. 1000-1029.
- Pratiwi, Bella. (2018). “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* Vol. 1 No. 2.
- Mulyani, H. S., Prihartini, Endah., dan Sudirno, D. (2020). “Analisis Keputusan *Transfer Pricing* Berdasarkan Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate*”. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20(2), 171-181.
- Sarifah, D. A., Probowulan, Diyah., dan 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”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol. 9 No. 2.
- Kisari, Elsa. (2016). “Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran perusahaan dan *Leverage* terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan *Transfer pricing*”. *Jurnal Universitas slam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta*.
- Kiswanto, Nancy., dan Purwaningsih, A. (2014). “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Universitas Atma Jaya, Yogyakarta*.
- Sulistiyowati., and Kananto, R. (2018). “The Influences of tax, Bonus Mechanism, *Leverage*, and Company Size Through Company Decision On *Transfer Pricing*”.

*Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol 73.

Grubert, Harry., and Mutti, John. (2013). "Taxes, Tariffs and *Transfer Pricing* in Multinational Corporate Decision making". *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 73, No. 2. 285-293.

Imam, Ghozali., dan Ratmono, D. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dan Ekonometrika*. Semarang : Universitas Diponegoro.

Standard Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2017 tentang Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi.

Standard Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15 tahun 2017 tentang Investasi pada Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama.

Jansen, M. C., and Meckling, W. H. (1976). "Theory of the firm : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*, 03. 305-360.

Siti Resmi. (2014). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta : Salemba Empat.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang perpajakan.

Tempo.co.Investigasi. (2014). Prahara pajak Raja Otomotif, (Online). (<https://investigasi.tempo.co/tpypta/>, diakses pada 17 April 2020).