

**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)**

**Bela Pratiwi**

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: [belapратиwi92@yahoo.co.id](mailto:belapратиwi92@yahoo.co.id)

***Abstract***

*This study aims to determine the effect of tax, exchange rate, tunneling incentive, and leverage to transfer pricing. Dependent variable in this study is transfer pricing which is proxied with the value from a related party transaction (RPT) of sale. The independent variables in this study are tax, exchange rate, tunneling incentive, and leverage. This study took the secondary data in financial statements or annual reports that have been published by companies in Indonesia Stock Exchange. The population in this study are all the manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2016. This study took manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange as sample, especially the various industry sectors from years 2012-2016. Sampling technique used in this study was purposive sampling method. The total number of sample in this study is 35 firm years from seven companies. The analytical method used was logistic regression analysis using SPSS program version 16. The results of the analysis in this study indicate that tax, exchange rate, and tunneling incentive have no significant effect on transfer pricing, whereas leverage has a significant positive effect on transfer pricing.*

**Keywords:** *Transfer Pricing, Tax, Exchange Rate, Incentive Tunneling, Leverage.*

**PENDAHULUAN**

Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Namun masih banyaknya perusahaan-perusahaan yang melakukan kecurangan dengan melakukan penggelapan pajak, berusaha mengecilkan pajak yang seharusnya dibayar, segala cara dan upaya yang dilakukan agar terhindar dari pembayaran pajak (Iqbal, 2015). Perusahaan-perusahaan multinasional menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak.

Penentuan harga transfer adalah penentuan harga transaksi produk, jasa, transaksi *finansial*, ataupun *intangible assets* antar perusahaan yang berelasi (Saraswati & Sujana, 2017). Biasanya dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Refgia, 2017).

Di Indonesia, praktik *transfer pricing* cukup banyak terjadi. Salah satunya adalah PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Kasus Toyota terdeteksi setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing pada 2005. Pajak Toyota pada 2007 dan 2008 juga ikut diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun itu, dan meminta negara mengembalikannya (restitusi). Dari pemeriksaan SPT Toyota pada 2005 itu, petugas pajak menemukan sejumlah

kejanggalan. Pada 2004 misalnya, laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30 persen, dari Rp1,5 triliun (2003) menjadi Rp950 miliar. Selain itu, rasio *gross margin* atau perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut. Dari sebelumnya 14,59 persen (2003) menjadi hanya 6,58 persen setahun kemudian. Pada pertengahan 2003, Astra menjual sebagian besar sahamnya di Toyota Astra Motor kepada Toyota Motor Corporation Jepang. Alasannya, Astra punya utang jatuh tempo yang tak bisa ditangguhkan lagi. Akhirnya, Toyota Jepang kini menguasai 95 persen saham Toyota Astra Motor. Nama perusahaan berubah menjadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Untuk menjalankan fungsi distribusi di pasar domestik, Astra dan Toyota Motor Corporation Jepang kemudian mendirikan perusahaan agen tunggal pemegang merek dengan nama lama: Toyota Astra Motor (TAM). Pada perusahaan ini, Astra menjadi pemegang saham mayoritas dengan menguasai 51 persen saham. Sisanya milik Toyota Motor Corporation Jepang. Setelah restrukturisasi itulah, laba gabungan kedua perusahaan Toyota anjlok. Melorotnya keuntungan Toyota membuat setoran pajaknya pada pemerintah juga berkurang. Sebelumnya, perusahaan ini bisa membayar pajak sampai setengah triliun rupiah. Pada 2004, pasca restrukturisasi dua perusahaan Toyota (TMMIN dan TAM) hanya membayar pajak Rp168 miliar. Meski laba turun, omzet produksi dan penjualan mereka pada tahun itu justru naik 40 persen. Pemeriksa pajak menemukan jawabannya ketika memeriksa struktur harga penjualan dan biaya Toyota dengan lebih seksama. Di sinilah jejak *transfer pricing* perseroan ini mulai tercium. Toyota diduga memainkan harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti secara tidak wajar (Tbk, n.d.). *Transfer pricing* dapat dicegah dengan menerapkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*Arm's Length Principle/ALP*) (Kurniawan, 2015).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai *transfer pricing* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang pertama yaitu pajak. Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung (Nugraha, 2016). Dari definisi tersebut maka semua wajib pajak, mau tidak mau dan suka tidak suka, harus menyisihkan sebagian uangnya untuk membayar pajak. Otomatis pajak dianggap sebagai beban oleh masyarakat karena dengan adanya pajak maka kemampuan ekonomisnya berkurang akibat menyisihkan uangnya untuk membayar pajak. Bahkan, sejak lahirpun orang sudah dikenakan pajak ketika ia menggunakan suatu produk tertentu, seperti bayi yang harus diselimuti kain yang sudah dikenakan pajak pertambahan nilai (PPN) (Wardani, 2013). Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Refgia, 2017). Semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Faktor kedua yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *exchange rate*. *Exchange rate* (nilai tukar atau dikenal sebagai kurs) adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda (Ardiyanti, 2017). Perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan, Landry, & Jalbert, 2002). *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan (Hartati, Desmiyawati, & Julita, 2015). Semakin besar kepemilikan pemegang saham, maka akan semakin memicu

terjadinya praktik *transfer pricing* (Hartati *et al*, 2015). *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Faktor keempat yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* (tingkat pendanaan) merupakan rasio yang menunjukkan besarnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya (Wardani & Khoiriyah, 2018). Menurut Richardson, Taylor, & Lanis (2013) perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan transfer utang dan/atau modal. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan multinasional. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi potensi perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian di atas, dan masih ditemukannya *research gap* antara penelitian yang satu dengan penelitian lainnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya penambahan variabel *leverage* dan perbedaan waktu pengamatan yaitu dari tahun 2012-2016. Judul yang diangkat dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*”.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### **Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing***

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung (Nugraha, 2016). Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi, sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaan yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi (Marfuah & Azizah, 2014). Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Refgia, 2017). Semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian Saraswati & Sujana (2017), Kiswanto & Purwaningsih (2014), dan Yuniasih, *et al* (2012) menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Marfuah & Azizah (2014) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing***

*Exchange rate* (nilai tukar atau dikenal sebagai kurs) adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda (Ardiyanti, 2017). Menurut Marfuah & Azizah (2014) karena 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. Akibatnya, perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan *et al*, 2002).

Hasil penelitian Chan, *et al* (2002) menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Ardiyanti (2017) dan Marfuah & Azizah (2014) yang menyatakan bahwa *exchange rate* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : *exchange rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing***

Munculnya *tunneling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Secara sederhana dapat kita bayangkan jika pemilik saham mempunyai kepemilikan yang besar, dengan kata lain mereka telah menanamkan modal yang juga besar ke dalam perusahaan tersebut, maka otomatis mereka juga menginginkan pengembalian atau dividen yang besar pula. Ketika dividen yang dibagikan perusahaan tersebut harus dibagi dengan pemilik saham minoritas, maka pemilik saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingannya sendiri daripada membagi dividennya kepada pemilik saham minoritas. Oleh sebab itu, semakin besar kepemilikan pemegang saham maka akan semakin memicu terjadinya praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian Yuniasih, *et al* (2012), Marfuah & Azizah (2014), F, *et al* (2016), dan Saraswati & Sujana (2017) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Nugraha (2016) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing***

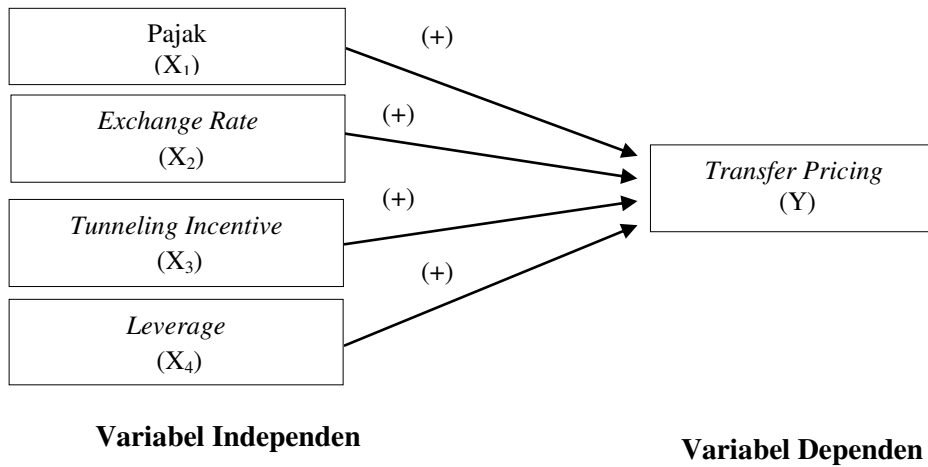
*Leverage* adalah perbandingan antara total kewajiban dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi hutang perusahaan maka semakin tinggi beban bunga yang ditanggung oleh perusahaan, tingginya beban bunga oleh perusahaan akan dapat mengurangi laba yang diperoleh perusahaan. Manfaat yang dapat diambil oleh perusahaan dengan pengurangan laba tersebut adalah 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, termasuk dalam melakukan *transfer pricing* (Deanti, 2017). Menurut Richardson, *et al* (2013) perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan transfer utang dan/atau modal. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan multinasional. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi potensi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hasil penelitian Richardson, *et al* (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Putri (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

**Kerangka Pemikiran**

**Gambar 1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**



**METODE PENELITIAN**

**Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu data yang berbentuk bilangan angka-angka atau data yang diukur dalam suatu skala numerik (Sunyoto, 2013), di mana data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur khususnya sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, variabel yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen dan variabel independen.

**Variabel Dependen**

**Transfer Pricing (Y)**

Variabel *transfer pricing* diproksikan dengan ada atau tidaknya penjualan kepada pihak istimewa. Kriteria *dummy* yang digunakan adalah nilai 1 apabila perusahaan melakukan transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain, sedangkan nilai 0 untuk entitas yang tidak mengadakan penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain (Saraswati & Sujana, 2017).

**Variabel Independen (X)**

**Pajak (X1)**

Variabel pajak dalam penelitian ini dihitung dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi dengan *differed tax expense* kemudian dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih *et al*, 2012). Rumus *effective tax rate* (tarif pajak efektif) adalah sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense} - \text{Differed Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

**Keterangan :**

ETR (*Effective tax rate*) = Tarif pajak efektif

*Tax Expense* = Beban pajak

*Differed Tax Expense* = Beban pajak tangguhan

*Pretax Income* = Laba kena pajak

**Exchange Rate (X2)**

Variabel *exchange rate* dalam penelitian ini dihitung dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi penjualan (Marfuah & Azizah, 2014). Rumus *exchange rate* (kurs) adalah sebagai berikut :

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba rugi selisih kurs}}{\text{Laba rugi sebelum pajak}}$$

#### **Tunneling Incentive (X3)**

Variabel *tunneling incentive* diproksikan menggunakan jumlah kepemilikan asing sebesar minimal 20%. Kepemilikan asing minimal 20% menunjukkan saham pengendali pada suatu perusahaan (F *et al*, 2016). Kepemilikan saham di atas 20% diberi nilai 1 dan yang kurang dari 20% diberi nilai 0 (Marisa, 2017).

#### **Leverage (X4)**

Variabel *leverage* dalam penelitian ini diukur dengan membagi total kewajiban jangka panjang dengan total aset perusahaan (Deanti, 2017 dikutip dari Richardson *et al*, 2013). Rumus *leverage* adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aset}}$$

#### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI khususnya sektor aneka industri dari tahun 2012-2016. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu sampel yang didasari oleh kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan (Deanti, 2017). Kriteria yang harus dimiliki sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016.
2. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan ke Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016.
3. Perusahaan sampel dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15 yang menyatakan bahwa pemegang saham pengendali adalah pihak yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih.
4. Perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2012-2016.
5. Perusahaan sampel mempunyai data laba/rugi selisih kurs.

#### **Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur khususnya sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) metode pengumpulan data yaitu studi pustaka dan studi dokumentasi.

#### **Teknik Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan alat analisis model regresi logistik dengan bantuan program IBM *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 16. Alasan penggunaan alat analisis regresi logistik (*logistic regression*) karena variabel dependen bersifat dikatomi (*transfer pricing* yang diproksikan dengan keberadaan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa). Dalam hal ini dapat di analisis dengan *logistic regression* karena tidak perlu asumsi normalitas data pada variabel bebasnya (Ghozali, 2011).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1**  
**Hasil Penentuan Sampel**

Kriteria	Jumlah
Jumlah perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016	34
Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan ke BEI tahun 2012-2016	(9)
Perusahaan sampel yang tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih	(11)
Perusahaan yang mengalami kerugian tahun 2012-2016	(7)
Perusahaan sampel tidak mempunyai data laba/rugi selisih kurs	(0)
Jumlah sampel	7

Sumber : Data yang diolah 2018

Jumlah sampel (N) perusahaan manufaktur sektor aneka industri tahun 2012-2016 dalam penelitian ini sebanyak 7 x 5 tahun, sehingga jumlah keseluruhan yang diperoleh yaitu 35 *firm years*. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing*.

**Hasil Dan Analisis Data**

**Uji Statistik Deskriptif**  
**Tabel 2**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	35	-.30	12.80	1.0397	2.36990
<i>Exchange Rate</i>	35	.00	4.58	.3503	.82833
<i>Tunneling Incentive</i>	35	.00	1.00	.7143	.45835
<i>Leverage</i>	35	.24	.88	.4674	.17468
<i>Transfer Pricing</i>	35	.00	1.00	.5143	.50709

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel pajak memiliki rentang nilai dari -0,30 hingga 12,80. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Indo-Rama Synthetics Tbk (2015) dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Nusantara Inti Corpora Tbk (2014). Nilai rata-rata pajak 1,0397 dan deviasi standarnya 2,36990.

Variabel *exchange rate* memiliki rentang nilai 0,00 hingga 4,58. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Astra International Tbk (2014), PT. Astra Otoparts Tbk (2016), PT. Indo-Rama Synthetics Tbk (2014), PT. Jembo Cable Company Tbk (2016), PT. KMI Wire & Cable Tbk (2016) dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Jembo Cable Company Tbk (2015). Nilai rata-rata *exchange rate* 0,3503 dan deviasi standarnya 0,82833.

Variabel *tunneling incentive* memiliki rentang nilai 0,00 hingga 1,00. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Astra Otoparts Tbk (2012-2016), PT. Jembo Cable Company Tbk (2012-2016) dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Astra International Tbk (2012-2016), PT. Indo Kordsa Tbk (2012-2016), PT. Indo-Rama Synthetics Tbk (2012-2016), PT. KMI Wire & Cable Tbk (2012-2016), PT. Nusantara Inti Corpora Tbk (2012-2016). Nilai rata-rata *tunneling incentive* 0,7143 dan deviasi standarnya 0,45835.

Variabel *leverage* memiliki rentang nilai 0,24 hingga 0,88. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Astra Otoparts Tbk (2013) dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Jembo Cable Company Tbk (2013). Nilai rata-rata *leverage* 0,4674 dan deviasi standarnya 0,17468.

### Uji Frekuensi

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Frekuensi**  
*Transfer Pricing*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	17	48.6	48.6	48.6
	1	18	51.4	51.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah 2018

Tabel 3 menunjukkan distribusi frekuensi untuk variabel *transfer pricing* ditunjukkan dengan adanya transaksi penjualan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Dari total 35 *firm years* perusahaan manufaktur sektor aneka industri pada tahun 2012-2016, terdapat 17 *firm years* yang tidak melakukan *transfer pricing* atau sekitar 48,6% dan sisanya sebesar 18 *firm years* atau sekitar 51,4% melakukan transaksi *transfer pricing*. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak perusahaan yang terdaftar di BEI khususnya sektor aneka industri melakukan *transfer pricing* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan *transfer pricing*.

### Analisis Regresi Logistik

#### Menilai Kesesuaian Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Menilai Kesesuaian Keseluruhan Model**

Keterangan	-2 Log Likelihood (-2LL)
<i>Block Number</i> = 0	48.492
<i>Block Number</i> = 1	25.156

Sumber : Data diolah 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa dimana awal (*block number* = 0) yaitu model yang hanya memasukkan konstanta mempunyai nilai -2LL sebesar 48,492, sedangkan pada akhir (*block number* = 1) mengalami penurunan setelah masuknya beberapa variabel independen dalam penelitian, nilai -2LL menjadi 25,156. Penurunan ini menunjukkan model regresi yang baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan *fit* dengan data, artinya penambahan variabel bebas yaitu pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* akan memperbaiki model *fit* penelitian ini.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
*Model Summary*

Step	-2 Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	25.156 <sup>a</sup>	.487	.649

a. *Estimation terminated at iteration number 8 because parameter estimates changed by less than ,001.*

Sumber : Data diolah 2018



Tabel 5 menunjukkan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,649 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 64,9%, sisanya sebesar 35,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

**Uji Kelayakan Model Regresi**

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Kelayakan Model Regresi**  
*Hosmer and Lemeshow Test*

<i>Step</i>	<i>Chi-square</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
1	6.664	7	.465

Sumber : Data diolah 2018

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Chi-square* sebesar 6,664 dengan signifikansi (p) sebesar 0,465. Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dapat disimpulkan mampu memprediksi nilai observasinya.

**Uji Matriks Klasifikasi**

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Matriks Klasifikasi**

<i>Observed</i>	<i>Predicted</i>		<i>Percentage Correct</i>
	<i>Transfer Pricing</i>	<i>0</i>	
<i>Step 1 Transfer Pricing</i>	0	1	
	14	3	82.4
	4	14	77.8
<i>Overall Percentage</i>			80.0

a. *The cut value is ,500*

Sumber : Data diolah 2018

Tabel 7 menunjukkan bahwa tingkat prediksi 77,8% perusahaan melakukan *transfer pricing* dan 82,4% tidak melakukan *transfer pricing*. Persentase keseluruhan dapat diprediksi sebesar 80,0%. Kesimpulan dari Tabel 7 bahwa kemampuan prediksi dari model regresi kemungkinan perusahaan sampel melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 77,8%. Sebanyak 14 *firm years* dari 18 *firm years* yang diprediksi akan melakukan *transfer pricing*. Berikutnya perusahaan sampel yang tidak melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 82,4%. Sebanyak 14 *firm years* dari 17 *firm years* yang diprediksi tidak melakukan *transfer pricing*. Secara keseluruhan model dengan variabel bebas pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* secara statistik dapat diprediksi sebesar 80,0%.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
*Correlation Matrix*

	<i>Constant</i>	<i>TAX</i>	<i>ER</i>	<i>TUN</i>	<i>DER</i>
<i>Step 1 Constant</i>	1.000	.090	-.023	-.764	-.835
<i>TAX</i>	.090	1.000	-.510	-.207	-.244
<i>ER</i>	-.023	-.510	1.000	.144	-.029
<i>TUN</i>	-.764	-.207	.144	1.000	.387
<i>DER</i>	-.835	-.244	-.029	.387	1.000

Sumber : Data diolah 2018

Tabel 8 menunjukkan bahwa tidak ada nilai koefisien korelasi antar variabel yang lebih besar dari 0,90. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas yang serius antar variabel bebas tersebut.

**Pengujian Hipotesis Penelitian dan Model Regresi Logistik Yang Terbentuk**

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik**  
*Variables in the Equation*

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	TAX	-2.133	1.701	1.573	1	.210	.118
	ER	1.416	1.572	.812	1	.368	4.122
	TUN	2.267	1.605	1.996	1	.158	9.655
	DER	11.576	4.383	6.976	1	.008	1.065E5
	Constant	-6.036	2.602	5.382	1	.020	.002

a. Variable(s) entered on step 1: TAX, ER, TUN, DER.

Sumber : Data diolah 2018

Hasil pengujian terhadap koefisien regresi logistik menghasilkan model berikut ini :

$$\ln \left( \frac{TP}{1-TP} \right) = -6,036 - 2,133 \text{ TAX} + 1,416 \text{ ER} + 2,267 \text{ TUN} + 11,576 \text{ DER} + \varepsilon$$

**Pengaruh pajak terhadap *transfer pricing***

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* tidak didukung. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel pajak sebesar 0,210 > 0,05. Hal ini menandakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Menurut Marisa (2017) dalam hal ini, untuk meminimalisir beban pajak yang ditanggung perusahaan, perusahaan tidak harus melakukan *transfer pricing*. Perusahaan bisa melakukan perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak. Semakin tinggi tarif pajak suatu negara tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) dan Marisa (2017) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

**Pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing***

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* tidak didukung. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel *exchange rate* sebesar 0,368 > 0,05. Hal ini menandakan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Perubahan *exchange rate* tidak menjadi sorotan pokok dalam kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing*, karena dalam laporan keuangan sampel perusahaan, banyak terdapat kerugian pada laba atau rugi selisih kurs. Dengan adanya kerugian tersebut, perusahaan memandang bahwa adanya perubahan *exchange rate* tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan salah satunya dikarenakan oleh melemahnya mata uang domestik. Besar kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan apakah perusahaan akan memilih untuk melakukan keputusan *transfer pricing* atau memilih untuk tidak melakukan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanti (2017), Marfuah & Azizah (2014) yang mengemukakan bahwa kemungkinan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing***

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* tidak didukung. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel *tunneling incentive* sebesar  $0,158 > 0,05$ . Hal ini menandakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penyebab tidak berpengaruhnya variabel ini diduga karena perilaku manajemen atau pemegang saham tidak dapat mentransfer aset dan profit usaha untuk kepentingan pribadi yang semakin sedikit. Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan yang menjelaskan mengenai hubungan antara manajer perusahaan atau dewan direksi (agen) dan pemilik perusahaan atau pemegang saham (prinsipal). Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Rosa, Andini, & Raharjo, 2017). Teori keagenan juga dapat mengimplikasikan adanya asimetri informasi, yaitu keadaan dimana agen memiliki lebih banyak informasi daripada prinsipal. Menurut Lubab (2017) besar atau kecilnya *tunneling incentive* tidak mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*, Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2016) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing***

Hipotesis keempat menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil uji koefisien regresi logistik menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang dimiliki oleh variabel *leverage* sebesar  $0,008 < 0,05$ . Hal ini menandakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Adapun nilai beta yang dihasilkan positif sebesar 11,576 yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

*Leverage* dapat menjadi faktor 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 termasuk dalam melakukan *transfer pricing* (Deanti, 2017). Menurut Richardson, *et al* (2013) perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan transfer utang dan/atau modal. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan multinasional. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi potensi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Richardson, *et al* (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. *Exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
3. *Tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
4. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

## Saran

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur sektor aneka industri, untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan semua sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya menambah variabel lain yang berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* seperti ukuran perusahaan, mekanisme bonus atau profitabilitas.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah proksi lain yaitu menggunakan nilai pembelian dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa untuk mengukur *transfer pricing* apabila data tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, D. (2017). Pengaruh Mekanisme Bonus, *Tax Minimization*, *Exchange Rate* Dan *Multinationality* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Chan, C., Landry, S. P., & Jalbert, T. (2002). *Effects Of Exchange Rates On International Transfer Pricing Decisions*. *International Business & Economics Research Journal*, 3(3), 35–48. <https://doi.org/10.19030/iber.v3i3.3670>
- Deanti, L. R. (2017). Pengaruh Pajak, *Intangible Assets*, *Leverage*, *Profitabilitas*, Dan *Tunelling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Multinasional Indonesia. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- F, D. N., Mayowan, Y., & Karjo, S. (2016). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Perpajakan*, 8(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 19 (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). *Tax Minimization*, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan Yang *Listing* Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 18*.
- Iqbal, M. (2015). Pajak Sebagai Ujung Tombak Pembangunan. Retrieved March 6, 2018, from <http://www.pajak.go.id/content/article/pajak-sebagai-ujung-tombak-pembangunan>
- Kiswanto, N., & Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2010-2013. *Jurnal Akuntansi Universitas Atma Jaya*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kurniawan, A. M. (2015). *Transfer Pricing* Untuk Kepentingan Pajak. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lubab, Fikrul. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Karya Ilmiah Universitas Trunojoyo*.
- Marfuah, & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165.
- Marisa, R. (2017). Pengaruh Pajak, Bonus *Plan*, *Tunneling Incentive*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya*, 5(2), 1–24.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap

- Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(1), 62–73.
- 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.
- Putri, E. K. (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan *Transfer Pricing*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 4(1), 543–555.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). *Determinants Of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence From Australian Firms*. *Journal Of Contemporary Accounting & Economics*, 9, 136–150. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.06.002>
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant* Dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Transaksi *Transfer Pricing*. *Jurnal Universitas Pandanaran Semarang*, 1–19.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan *Tunneling Incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- Sunyoto, D. (2013). Metode Dan Instrumen Penelitian (Untuk Ekonomi Dan Bisnis). Yogyakarta: Penerbit CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Tbk, T. I. M. (n.d.). Liku-Liku *Transfer Pricing*. Retrieved February 9, 2018, from <https://investigasi.tempo.co/toyota/>
- Wardani, D. K. (2013). Manajemen Pajak Dipandang Dari Sisi Fiskus. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 21–28.
- Wardani, D. K., & Khoiriyah, D. (2018). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Akuntansi Dewantara*, 2(1), 25–36.
- 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. *Jurnal Dan Prosiding Simposium Nasional Akuntansi*, 15, 1–23.