



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP *TRANSFER PRICING*
: PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI

Umar Abdillah
1802015108

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
JAKARTA
2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP *TRANSFER PRICING*
: PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021**

SKRIPSI

Umar Abdillah
1802015108

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP TRANSFER PRICING : PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau diteliti oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penelitian ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Jakarta,
Yang menyatakan



SEKOLAH ABU BUKHARI
METERAL
TEMPER
7FAKX078429761

(Umar Abdillah)
NIM. 1802015108

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP *TRANSFER PRICING*
PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR BARANG KONSUMSI PERIODE
2017-2021


NAMA : Umar Abdillah
NIM : 1802015108
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK : 2022/2023

Skripsi ini disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi.

Pembimbing I	Ahmad Subaki, S.E. Ak., M.M., CA., CPA	
Pembimbing II	Meita Larasati, S. Pd., M.Sc	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA


Meita Larasati

Meita Larasati, S. Pd., M. Sc.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, *LEVERAGE*,
DAN PROFITABILITAS TERHADAP *TRANSFER PRICING* : PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021

Yang disusun oleh :

Umar Abdillah
1802015108

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Pada tanggal : 16 November 2022

Tim Penguji,
Ketua, Merangkap anggota :



(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.)

Sekretaris, Merangkap anggota :



(Yanto, S.E., Ak. M.Ak., BKP., CA)

Anggota :



(Dewi Puji Rahayu, S.E., M.Si.)

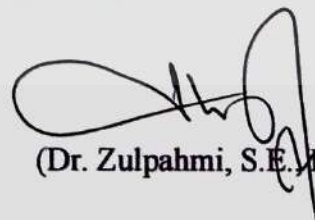
Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. Dr. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. Dr. HAMKA



(Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.)



(Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Umar Abdillah
NIM : 1802015108
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

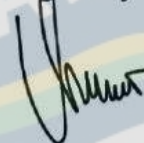
“PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP TRANSFER PRICING : PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Oktober 2022

Yang Menyatakan



(Umar Abdillah)

ABSTRAKSI

Umar Abdillah (1802015108)

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, LEVERAGE, PROFITABILITAS TERHADAP TRANSFER PRICING : PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI PERIODE 2017-2021.

Skripsi Program Sarjana Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA 2022. Jakarta

Kata Kunci : agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, profitabilitas, dan transfer pricing

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas terhadap transfer pricing. Populasi penelitian ini sebanyak 38 perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, sehingga didapatkan 7 perusahaan sampel dengan tahun pengamatan 2017-2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis akuntansi, analisis statistik deskriptif, dan analisis regresi logistik dengan menggunakan Eviews versi 12.

Hasil dari penelitian ini secara parsial menunjukkan agresivitas pajak memperoleh nilai signifikansi $0,2217 >$ tingkat signifikansi $0,05$ yang berarti bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Tunneling incentive memperoleh nilai signifikansi $0,3620 >$ tingkat signifikansi $0,05$ yang berarti bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Leverage memperoleh nilai signifikansi $0,0163 <$ tingkat signifikansi $0,05$ yang berarti bahwa leverage berpengaruh positif terhadap transfer pricing. Profitabilitas memperoleh nilai signifikansi $0,0107 <$ tingkat signifikansi $0,05$ yang berarti bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap transfer pricing.

Hasil penelitian secara simultan diperoleh nilai signifikansi $0,000098 <$ tingkat signifikansi $0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing. Nilai Adjusted R-Squared sebesar $0,562576$

atau 56,3% yang berarti bahwa agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas mampu menjelaskan transfer pricing sebesar 56,3%, sedangkan sisanya sebesar 43,7% dijelaskan oleh variabel lain.



ABSTRACT

Umar Abdillah (1802015108)

THE EFFECT OF TAX AGGRESSIVITY, TUNNELING INCENTIVE, LEVERAGE, PROFITABILITY ON TRANSFER PRICING: MANUFACTURING COMPANIES IN CONSUMPTION GOODS SECTOR PERIOD 2017-2021.

Thesis Undergraduate Program in Accounting Study Program Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. Dr. HAMKA 2022.
Jakarta

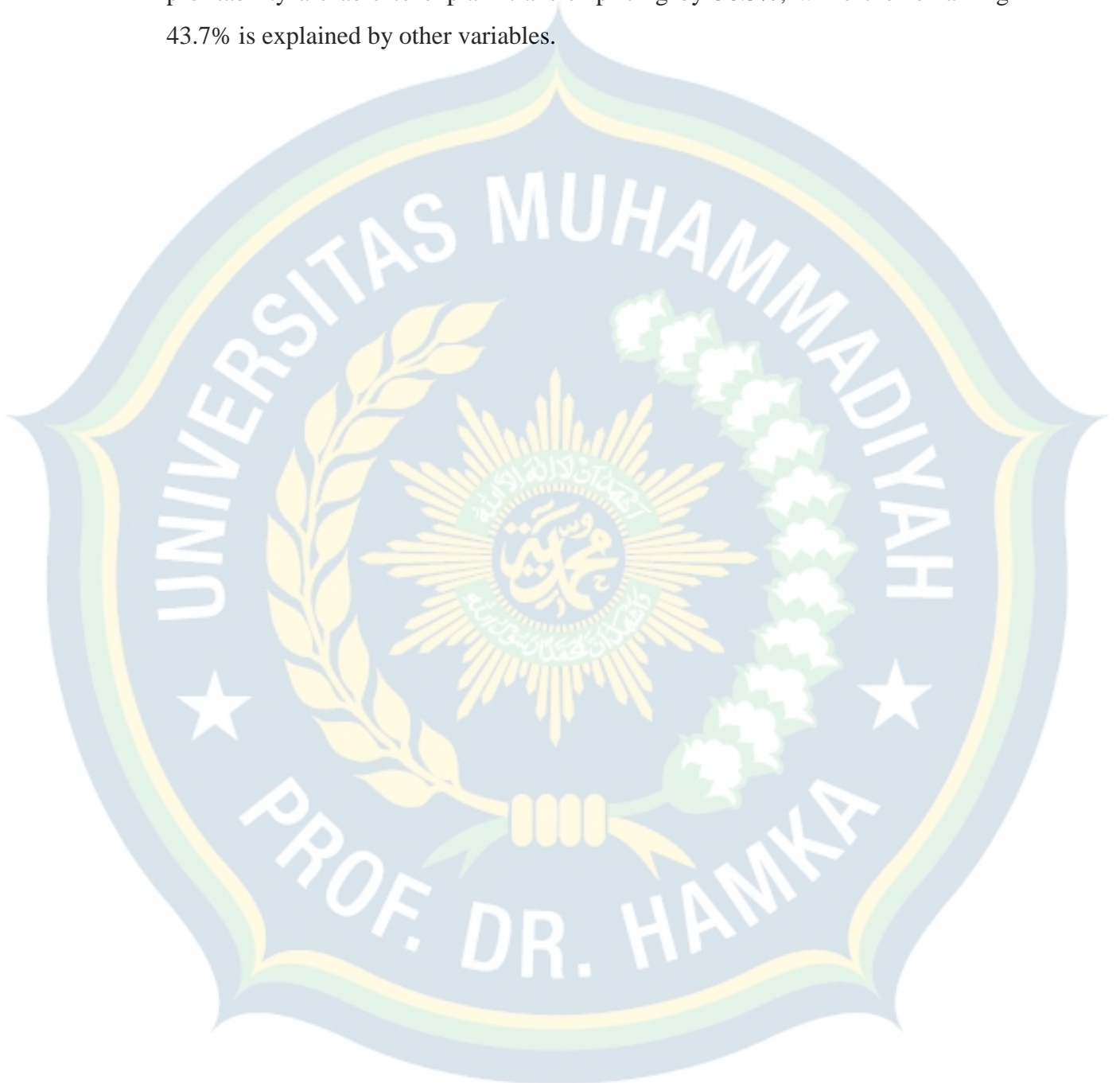
Keywords: tax aggressiveness, tunneling incentive, leverage, profitability, and transfer pricing

This study aims to determine the effect of tax aggressiveness, tunneling incentives, leverage, and profitability on transfer pricing. The population of this research is 38 manufacturing companies in the consumer goods sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period. Sampling used a purposive sampling technique, so that 7 sample companies were obtained with the observation year 2017-2021. The research method used is a quantitative method. Data processing and analysis used accounting analysis, descriptive statistical analysis, and logistic regression analysis using Eviews version 12.

The results of this study partially show that tax aggressiveness obtains a significance value of $0.2217 >$ a significance level of 0.05 which means that tax aggressiveness has no effect on transfer pricing. Tunneling incentives obtain a significance value of $0.3620 >$ a significance level of 0.05 which means that tunneling incentives have no effect on transfer pricing. Leverage obtains a significance value of $0.0163 <$ a significance level of 0.05 which means that leverage has a positive effect on transfer pricing. Profitability obtains a significance value of $0.0107 <$ a significance level of 0.05 which means that profitability has a negative effect on transfer pricing.

The results of the study simultaneously obtained a significance value of $0.000098 <$ a significance level of 0.05. Based on these results, it was concluded that tax aggressiveness, tunneling incentives, leverage, and profitability

simultaneously affect transfer pricing. The Adjusted R-Squared value is 0.562576 or 56.3% which means that tax aggressiveness, tunneling incentives, leverage and profitability are able to explain transfer pricing by 56.3%, while the remaining 43.7% is explained by other variables.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, rezeki, kelancaran, dan kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Sholawat beriring salam saya sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta kepada keluarga, sahabat, dan pengikutnya yang telah membawa umatnya ke zaman yang penuh dengan pengetahuan.

Alhamdulillah dengan *ridha* Allah dan orang tua serta dukungan dari beberapa pihak baik dosen dan teman, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Selama menyusun skripsi ini saya banyak menerima saran dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
2. Para pimpinan dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, yang banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis.
3. Ibu Meita Larasati., S. Pd., M. Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Ahmad Subaki, S.E., Ak., M.M., CA., CPA., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Para dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat untuk penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

6. Kedua orang tua saya yang telah banyak membantu saya baik secara moril ataupun materil dan melangitkan doa untuk kesuksesan anaknya.
7. Kepada seluruh teman-teman saya yang memberikan saya bantuan selama mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sampai dititik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan, untuk itu saya sangat mengharapkan saran dan masukan dari para pembaca agar saya dapat menyempurnakan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Jakarta, 13 Oktober 2022

Peneliti,

Umar Abdillah

NIM. 1802015108

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.2.3 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Tinjauan Pustaka	32
2.2.1 Landasan Teori.....	32
2.2.2 Transfer Pricing.....	33
2.2.3 Pajak.....	38
2.2.4 Tunneling Incentive	41
2.2.5 Leverage.....	42
2.2.6 Profitabilitas	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.4 Perumusan Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Metode Penelitian.....	51

3.2 Operasional Variabel.....	51
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1. Lokasi Penelitian.....	60
4.1.2. Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia	60
4.1.3. Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia	61
4.1.4. Profil Singkat Perusahaan Sampel	62
4.2 Data Perusahaan	65
4.2.1 Transfer Pricing.....	65
4.2.2 Agresivitas Pajak.....	67
4.2.3 Tunneling Incentive	71
4.2.4 Leverage.....	76
4.2.5 Profitabilitas	80
4.3 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	84
4.3.1 Analisis Akuntansi	84
4.3.2 Analisis Statistik	100
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	106
4.4.2 Interpretasi Hasil Analisis Akuntansi.....	106
4.4.3 Interpretasi Hasil Uji Hipotesis.....	107
BAB V PENUTUP.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	v

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Kriteria Pemilihan Sampel	54
Tabel 3 Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi.....	55
Tabel 4 Perkembangan Pasar Modal Di Indonesia	60
Tabel 5 Transfer Pricing (Y).....	65
Tabel 6 Agresivitas Pajak.....	68
Tabel 7 Kenaikan/Penurunan Agresivitas Pajak.....	69
Tabel 8 Tunneling Incentive.....	72
Tabel 9 Kenaikan/Penurunan Tunneling Incentive.....	73
Tabel 10 Leverage	76
Tabel 11 Kenaikan/Penurunan Leverage	77
Tabel 12 Profitabilitas	80
Tabel 13 Kenaikan/Penurunan Profitabilitas.....	81
Tabel 14 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	85
Tabel 15 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	88
Tabel 16 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i>	91
Tabel 17 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Transfer Pricing</i>	95
Tabel 18 Pengaruh Agresivitas Pajak, Tunneling Incentive, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap <i>Transfer Pricing</i>	98
Tabel 19 Analisis Statistik Deskriptif.....	100
Tabel 20 Model Regresi Logistik	101
Tabel 21 Uji Kelayakan Model	103
Tabel 22 Hasil Uji z (Parsial)	104
Tabel 23 Hasil Uji Likelihood Ratio (Simultan).....	105
Tabel 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	106
Tabel 25 Interpretasi Hasil Uji Hipotesis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran Teoritis 49



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, kemajuan teknologi dan komunikasi sudah sangatlah pesat sehingga saat ini jarak bukanlah menjadi sebuah hambatan dalam hubungan antar individu maupun antar negara. Dampak signifikan dari kemajuan aspek tersebut adalah semakin mudahnya antar negara melakukan transaksi berupa modal, barang, dan jasa. Hal ini juga banyak dimanfaatkan oleh banyak perusahaan, dengan cara mengembangkan perusahaannya menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional akan melakukan banyak transaksi internasional antar perusahaan induk dan perusahaan anak. Transaksi yang dilakukan ini biasanya terjadi antara perusahaan induk dan perusahaan anak atau perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Dalam transaksi tersebut akan dilakukan kesepakatan untuk penentuan harga dimana biasa disebut *Transfer Pricing*.

PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia pada tahun 2014 menghadapi sidang sengketa pajak dengan Direktorat Jendral Pajak (DJP). Sidang ini terjadi karena DJP menemukan beberapa kejanggalan pada laporan keuangan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Ditemukan pada tahun 2004, laba kotor PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia turung lebih dari 30%. Selain itu, rasio margin kotor juga mengalami penurunan pada tahun 2004 yang sebelumnya 14,59% menjadi 6,58%. Petugas pajak yang memeriksa pajak SPT PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia mempunyai kesimpulan bahwa penyebab penurunan

margin kotor ini adalah praktek *transfer pricing* dengan penentuan harga di luar prinsip standar dan pembayaran royalti yang tidak wajar.

PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia mempunyai kebijakan dalam penjualan ekspor harus menjual ke Toyota Motor Asia Pasific Pte., Ltd, yang merupakan bisnis Toyota yang berada di Singapura. Lalu Toyota Motor Asia Pasific Pte., Ltd, yang nantinya akan mendistribusikan penjualan dari PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia ke beberapa negara lain. Dalam proses penjualan ini petugas pajak menemukan kejanggalan yang membuat DJP menilai PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia melakukan praktik *transfer pricing* yang bertujuan untuk mengurangi pembayarannya di Indonesia (Rahmat, 2021).

Dari fenomena PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia diatas, dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* merupakan sebuah usaha untuk memperkecil pajak yang harus dibayarkan dengan cara menjual produk dengan harga yang relatif lebih rendah ke perusahaan anak atau yang memiliki hubungan istimewa. Penjualan hasil produksi PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia ke Toyota Motor Asia Pasific Pte., Ltd, yang berada di Singapura yang memiliki tarif pajak lebih rendah dari Indonesia dapat mengurangi beban pajak PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia di Indonesia.

Banyak faktor yang mempengaruhi beberapa perusahaan multinasional untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Pajak merupakan salah satu faktornya. Berdasarkan Undang-Undang No. 6 Tahun 1983 yang sebagaimana telah dirubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, pajak adalah urunan yang diwajibkan secara hukum kepada

negara, yang terutang oleh seseorang atau organisasi; sifatnya memaksa dan digunakan untuk membiayai kebutuhan negara untuk sebesar-besar kemakmuran penduduknya. Pajak yang tinggi dapat menyebabkan meningkatkan agresivitas pajak perusahaan dan melakukan perencanaan pajak.

Menurut Hadi dan Mangoting (2014) agresivitas pajak merupakan tindakan penghindaran pajak dengan tujuan menekan beban pajak perusahaan dengan penghindaran pajak yang tidak sesuai dengan peraturan perpajakan atau dengan memanfaatkan celah hukum atau *loop-holes*. Perencanaan pajak yang dilakukan dapat melalui cara yang legal (penghindaran pajak) atau ilegal (penggelapan pajak).

Salah satu praktik penghindaran pajak adalah *transfer pricing*. *Transfer pricing* yang biasa dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan perusahaan anaknya adalah dengan memindahkan kewajiban perpajakan dari suatu negara yang memiliki tarif pajak lebih tinggi kepada suatu negara yang memiliki tarif pajak cenderung lebih rendah. Perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing* ini sering kali dalam tujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar (Refgia, 2017).

Penjelasan di atas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Junaidi dan Yuniarti (2020) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini berarti bahwa dengan meningkatnya tarif pajak akan meningkatkan juga perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Namun, ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mineri dan Paramitha (2021) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer*

pricing. Hal ini dapat menjelaskan bahwa tidak semua perusahaan yang melakukan kegiatan meminimalkan pajak tidak selalu dengan cara *transfer pricing* dan perusahaan mampu menjalankan perencanaan pajak dengan baik yang sesuai dengan sistem perundang-undangan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing* adalah *Tunneling Incentive*. *Tunneling Incentive* merupakan sebuah perilaku mencari keuntungan pribadi yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan laba perusahaan, namun pemegang saham minoritas juga ikut menanggung apabila terdapat biaya yang dibebankan (Hartati, 2015). Pada praktik *transfer pricing*, *tunneling* yang dilakukan adalah dimana perusahaan anak akan menjual persediannya kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh dibawah harga pasar, ini akan menyebabkan menurunnya pendapatan yang akan diperoleh oleh perusahaan anak dan akan mengakibatkan perusahaan anak akan mendapatkan laba yang semakin kecil dari yang seharusnya didapatkan (Refgia, 2017).

Menurut Amarta dkk., (2020) menemukan dalam penelitiannya dan menyatakan bahwa variabel *tunneling incentive* mempunyai pengaruh terhadap keputusan dalam *transfer pricing*. Perusahaan melakukan praktik *tunneling* untuk meminimalkan biaya transaksi, dengan melakukan praktik tersebut kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa sehingga dapat menekan biaya dari sebuah transaksi. Namun, hal ini berbeda dengan Pratiwi (2018) yang menyatakan bahwa variabel *tunneling incentive* tidak mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing*. Pernyataan ini juga didukung dalam penelitian yang dilakukan Amanah & Suyono

(2021) yang berpendapat bahwa perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan tidak membuktikan bahwa hal tersebut berkaitan dengan dorongan perusahaan untuk melakukan transfer pricing.

Leverage juga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi *transfer pricing*. Leverage merupakan sebuah rasio yang digunakan dalam mengukur seberapa besar aset perusahaan dapat dibiayai oleh hutang (Kasmir, 2017). Terdapat kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam tujuan pengurangan kewajiban pajak perusahaan. Oleh sebab itu, semakin tinggi leverage perusahaan maka akan meningkatkan potensi perusahaan melakukan *transfer pricing* (Pratiwi, 2018).

Hal tersebut didukung oleh penelitian Apriani dkk. (2021) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. *Leverage* dapat menjadi sebuah faktor yang meningkatkan agresivitas perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menekan beban pajak perusahaan. Penelitian Deanti (2017) juga menilai bahwa perusahaan dengan tingkat penggunaan utang yang tinggi akan menfokuskan pada pembayaran utang yang berdampak pada pengambil keputusan perusahaan, termasuk dalam melakukan *transfer pricing*.

Pernyataan diatas tidak berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariaji dan Akbar (2021) yang menemukan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya

leverage akan sangat berisiko terhadap citra perusahaan kepada investor jika perusahaan tetap melakukan praktik *transfer pricing*.

Hal lain yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Tingkat pendapatan dengan pajak yang dibayarkan berbanding lurus, yang menyebabkan perusahaan akan mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi dan akan cenderung memiliki rekayasa pajak yang tinggi (Susilowati dkk, 2018). Dengan besarnya laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan akan menyebabkan meningkatkan pajak yang harus dibayarkan, maka suatu perusahaan akan terpicu untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Menurut Lukmono dan Adam (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh dalam keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin tinggi profit atau laba yang didapatkan perusahaan, maka akan memberikan keuntungan atau bonus yang baik bagi para investor dan manajemen. Untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima oleh manajemen mereka akan memanfaatkan dan melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah dkk. (2016) menyimpulkan bahwa manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan menggunakan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

Penelitian yang dilakukan oleh Zelviana dan Munawaroh (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *transfer pricing*. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi atau rendah memiliki kemungkinan yang sama untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian yang

dilakukan oleh Arifin et al, (2020) menemukan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang di atas dan dengan melihat adanya gap penelitian dari penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk kembali meneliti tentang transfer pricing dengan judul **“Pengaruh Agresivitas Pajak, Tunneling Incentive, Leverage, Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing* : Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yang dapat diambil adalah:

1. *Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing?*
2. *Apakah tunneling incentive berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing?*
3. *Apakah leverage berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing?*
4. *Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing?*
5. *Apakah agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing?*

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yaitu hanya meneliti pengaruh agresivitas pajak, *tunneling incentive*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan masalah untuk diteliti yaitu “Bagaimana pengaruh agresivitas pajak, *tunneling incentive*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.
2. Mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.
3. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.
4. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

5. Mengetahui pengaruh agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Akademisi

Harapan penulis dalam penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat berupa pandangan dan wawasan yang berkaitan dengan bagaimana agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, profitabilitas mempengaruhi perusahaan untuk melakukan transfer pricing.

- b. Bagi Pihak Lain

Memberikan informasi mengenai pengaruh agresivitas pajak, tunneling incentive, leverage, dan profitabilitas terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. S., & Eksandy, A. (2020). The effect of effective tax rate, tunneling incentive, and exchange rate on company decisions to transfer pricing: Food and consumption sub-sector companies listed on the Indonesia evidence. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 17(7), 14430–14442. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/5486>
- Amanah, K., & Suyono, N. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive, Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1452>
- Amarta, S. Z., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap indikasi melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2019. *E-Jra*, 09(06), hal. 66-80. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8409>
- Anh, N. H., Hieu, N. T., & Nga, D. T. (2018). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: A case of Vietnam. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 16(5), 104–112. https://seajbel.com/wp-content/uploads/2018/10/seajbel5_237.pdf
- Apriani, N., Putri, T. E., & Umiyati, I. (2021). the Effect of Tax Avoidation, Exchange Rate, Profitability, Leverage, Tunneling Incentive and Intangible Assets on the Decision To Transfer Pricing. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 14–27. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.672>
- Arifin, A., Saputra, A. A.-D., & Purbasari, H. (2020). Company Size, Profitability, Tax, and Good Corporate Governance On The Company's Decision To Transfer Pricing (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2018 Period). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 141–150. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i2.12404>
- Baroroh, N., Malik, S., & Jati, K. W. (2021). The Role of Profitability in Moderating The Factors Affecting Transfer Pricing. *Accountig*.
- Devita, H., & Sholikhah, B. (2021). The Determinants of Transfer Pricing in Multinational Companies. *Accounting Analysis Journal*, 10(2), 17–23. <https://doi.org/10.15294/aaj.v10i2.45941>
- Fahmi, I. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete: Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Guing, A., & Farahmita, A. (2015). Manajemen Laba dan Tunneling Incentive Melalui Transaksi Pihak Istimewa di Sekitar Penawaran Saham Perdana. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh*, 21–22.
- Gunadi. (2007). *Pajak Internasional*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hadi, J., & Mangoting, Y. (2014). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Dewan terhadap Agresivitas Pajak. *Tax & Accounting Review*, 4(2), 1–10.
- Hariaji, N. W., & Akbar, F. S. (2021). Pengaruh Multinasionalitas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Transfer Pricing. *Seminar Nasional Akuntansi*, 1(1), 36–48.
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan* (Adipramono (ed.)). Grasindo.
- Hidayat, W., W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), 235–240.
- Junaidi, A., & Yuniarti, Zs, N. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant Dan Profitabilitas Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1), 31–44. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.530>
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan* (11th ed.). Rajawali Pers.
- Lukmono, M. E. R., & Adam, H. (2019). *PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN TRANSFER PRICING*. 2, 89.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan*. CV Andi Offset.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis*. Rajawali Pers.
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35–44. <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3638>
- Novira, A. R., Suzan, L., & Asalam, A. G. (2020). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 17–23.

- Nuradila, R. F., & Wibowo, R. A. (2018). Tax Minimization Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara Tunnelling Incentive, Bonus Mechanism dan Debt Covenant dengan Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing Di BEI Periode 2012-2014). *Journal of Islamic Finance and Accounting*, 1(1).
- Pohan, C. A. (2018). *Pedoman Lengkap Pajak Internasional : Konsep, Strategi, dan Penerapan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pratiwi, B. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/ekobis.19.3.90-103>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 543–555.
- Rezky, M. A., & Fachrizal. (2018). Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Multinationality Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(3), 1.
- Rohaeni, N., Siregar, D. K., & Safitri, I. H. (2021). The influence of taxes , company size , and foreign ownership on the decision of companies to consider transfer pricing on manufacturing companies listed. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship Vol.*, 1(2), 127–133.
- Saifudin, & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Emiten BEI. *Agregat: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 32–43. https://doi.org/10.22236/agregat_vol2/is1pp31-43
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1000–1029.
- Septiani, D. H., Farida, I., Prawira, A., & Kustiawan, M. (2021). *Transfer Pricing, A Tax Avoidance Tool (A Review of Literature)*. 2021, 395–403. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1044>
- Suarjana, I. G. A. (2019). *Pengaruh Beban Pajak, Aset Tak Berwujud, Leverage, dan Multinationality Terhadap Transfer Pricing*.
- Sulistiyowati, -, & Kananto, S. (2019). *The Influences of Tax, Bonus Mechanism, Leverage and Company Size Through Company Decision on Transfer Pricing*. 73(Aicar 2018), 207–212. <https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.45>
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Refika Aditama.

- Suryarini, T., Mega Cahyaningrum, A., & Hidayah, R. (2020). The Effect of Tunneling Incentive to Transfer Pricing Decision with Tax Minimization As a Moderating Variable. *KnE Social Sciences*, 2020(2010), 1–13. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6584>
- Susanto, L., Yanti, & Viriany. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3(08), 719–739. <https://doi.org/10.36418/japendi.v3i08.1115>
- Widiyastuti, E. B., & Asalam, A. G. (2021). Pengaruh Pajak , Mekanisme Bonus Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019) The Effect Of Tax , Bonus Mechanism And Leverage On Transfe. *E-Proceeding of Management, Universitas Telkom, Bandung*, 8(5), 5248–5255.
- Wisanggeni, I. (2019). *Pajak Internasional*. Mitra Wacana Media.
- Wulandari, S., Oktaviani, R. M., & Hardiyanti, W. (2021). Pengaruh Pajak, Aset Tak Berwujud, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *Proceeding SENDI_U, 2021: SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU DAN CALL FOR PAPERS*, 978–979. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/8616>
- Yuesti, A., Agung, A. A. P., & Latuperisa, J. J. P. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Kuantitatif Kualitatif*. CV Noah Alethia.