COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting
Volume 7 Nomor 1, Juli-Desember 2023
e-ISSN : 2597-5234

THE INFLUENCE OF TAX, TUNNELING INCENTIVE AND EXCHANGE RATE ON TRANSFER PRICING AGGRESSIVENESS DECISIONS (CASE STUDY OF CONSUMER GOODS INDUSTRY IN BEI 2017-2021)

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE* DAN *EXCHANGE RATE* TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING AGGRESSIVENESS* (STUDI KASUS *CONSUMER GOODS INDUSTRY* DI BEI 2017-2021)

Lorensa Prima Dwi Adha[1], Tituk Diah Widajantie[2]
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur[1,2]
19013010200@student.upnjatim.ac.id[1]

ABSTRACT

This research to analyze and prove the effect of taxes, tunneling incentive and exchange rate on transfer pricing aggressiveness. The research focuses in the companies of consumer goods industry that are listed on the Indonesia Stock Exchange from 2017 to 2021 period. The sample of this research were chosen through the purposive sampling technique and resulting 9 sample companies. The data were analyzed using multiple linier regression and using SPSS software version 25. The result showed that tax and exchange rate positively affected transfer pricing aggressiveness, whereas tunneling incentive negatively affected on transfer pricing aggressiveness. This research contributes to increasing the state revenue through the taxation contribution by exposing the determinants of transfer pricing aggressiveness that harm the state, and to assist public policy makers, especially those who are in charge of the policies related to transactions with special relationship.

Keyword: *Transfer Pricing, Tax, Tunneling incentive, Exchange Rate.*

ABSTRAK

Penelitian ini betujuan untuk menguji dan membuktikan pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness.* Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods industry* yang listing di BEI 2017-2021. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan diperoleh 9 perusahaan. Analisis data penelitian menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini mendapati bahwa pajak dan *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness* sedangkan *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing aggresiveness*. Penelitian ini memberikan implikasi dalam membantu meningkatkan pendapatan negara melalui kontribusi pajak dengan menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas harga transfer yang dapat merugikan negara, serta membantu para pembuat kebijakan publik khusunya terkait kewajaran usaha dalam transaksi pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Kata Kunci: *Tranfer* Pricing, Pajak, *Tunneling incentive, Exchange Rate.*

PENDAHULUAN

Ekonomi global, persaingan bisnis dan masifnya investasi kini bertumbuh pesat semakin mendorong banyak perusahaan untuk memperkuat bisnis di pangsa pasar global. Perkembangan dunia bisnis juga diiringi dengan perubahan bentuk perusahaan-perusahaan dalam negeri menjadi perusahaan multinasional, dimana usaha kini tidak hanya dijalankan di negara asalnya namun juga di negara-negara lain (Rifqiyati et al, 2021).

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan multinasional dalam upaya ekspansi global mereka termasuk masalah tarif pajak yang bervariasi di berbagai negara, yang menimbulkan hambatan signifikan terhadap operasi bisnis. Perbedaan tarif pajak mendorong para pemimpin perusahaan untuk melakukan berbagai inisiatif strategis yang bertujuan untuk mengurangi kewajiban pajak yaitu dengan *transfer pricing aggressiveness* sebagai mekanisme strategis.

Konsep *transfer pricing* mengacu pada praktik penetapan harga untuk pertukaran barang, jasa, dan aset berwujud atau tidak berwujud antara perusahaan dengan anak perusahaan asing atau entitas terafiliasinya (Alino & Lane, 2015). *Transfer pricing* umumnya diterapkan sebagai metode untuk memanipulasi nilai transaksi barang atau jasa untuk memindahkan keuntungan antar entitas, yang berakibat pada berkurangnya pendapatan negara, khususnya dalam hal pajak. *Transfer pricing* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk mengoptimalkan keuntungan mereka dengan mengurangi kewajiban pajak mereka. Hal ini dilakukan dengan cara memindahkan laba ke perusahaan afiliasi yang berlokasi di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. (Hikmatin & Suryarini, 2019).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* melalui *Mutual Agreement Procedure* (MAP) *Statistics* di tahun 2019 naik 11% dan naik sebesar 20% pada tahun 2020. Jumlah ini menunjukkan tingginya kasus *transfer pricing aggressiveness* dibandingkan sengketa lain yang hanya mencapai sekitar 10% (MUC Consulting, 2022). Sehingga *transfer pricing aggressiveness* menjadi isu global yang sulit dihentikan selama fenomena terus terjadi di kalangan publik. Praktik *transfer pricing aggressiveness* ini akan berpengaruh pada kontribusi pajak, terutama pada perusahaan manufaktur yang tercatat sebagai perusahaan yang memiliki penerimaan pajak terbesar tertera pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Kontribusi Pajak Sektoral Indonesia 2017-2022

Sektor Usaha	Kontribusi Pajak (%)					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Manufaktur	32%	30%	29,7%	29,7%	29,9%	29,1%
Perdagangan	20%	19,8%	20,8%	20%	22,1%	24,6%
Jasa Keuangan & Asuransi	14%	13,2%	14,3%	15,8%	12,9%	10,6%
Kontribusi & Real Estate	5%	6,8%	6,9%	6,6%	5,8%	4,1%
Pertambangan	5%	6,1%	5,0%	3,4%	4,7%	8,5%

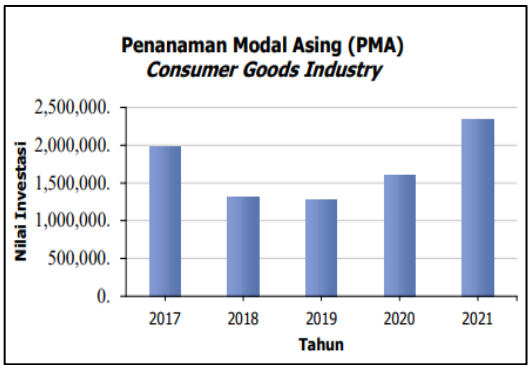
Sumber: (Kemenkeu, 2022)

Tabel 1 menunjukkan kontribusi pajak sektoral di Indonesia pada tahun 2017-2022. Diketahui sektor yang konsisten menyumbang kontribusi penerimaan pajak terbesar yaitu sektor usaha manufaktur dibandingkan sektor usaha lain hingga mencapai rata-rata diatas 29% dari total realisasi penerimaan pajak negara. Dengan demikian data tersebut dapat menjadi gambaran tuntutan perusahaan manufaktur untuk memenuhi beban pajak yang harus dibayar, sehingga perusahaan akan cenderung melakukan strategi keputusan untuk meminimalkan beban pajak melalui praktik *transfer pricing aggressiveness*.

Konsistensi penerimaan pajak berkaitan erat dengan iklim investasi kondusif. Menurut menteri Perindustrian Indonesia, sektor manufaktur menjadi penyumbang penanaman modal terbesar dibandingkan sektor lainnya, dibuktikan dengan capaian investasi pada tahun 2022 naik sebesar 52% dibandingkan tahun sebelumnya. Sub sektor *consumer good industry* yang menjadi salah satu penopang kontribusi besaran pajak sektor manufaktur (Kementerian Perindustrian Indonesia, 2022).

Consumer goods industry menjadi indutri paling aman dan menjanjikan bagi investor dibuktikan dengan indeks harga saham barang konsumsi cenderung stabil di tengah kondisi pasar yang rawan tergoncang gejolak ekonomi dibandingkan sektor yang lain (Santosa & Suzan, 2018). Menurut Data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat realisasi investasi *consumer goods indsutry* pada 2021 tumbuh hingga 75% secara tahunan. Pencapaian ini membuktikan *consumer goods*

industry pilihan tepat bagi penanam modal meskipun pada kondisi kontraksi ekonomi.



Gambar 1. Realisasi Investasi PMA *Consumer Goods Industry* 2017-2021
Sumber: (BKPM, 2022)

Pada data yang dihimpun dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) 2022, perkembangan realisasi investasi penanaman modal asing (PMA) pada perusahaan *consumer goods industry* hingga akhir tahun 2021 menunjukkan kenaikan yang signifikan. Hal ini menggambarkan *consumer goods industry* tumbuh pesat dalam perbaikan pendapatan investasi pasca goncangan ekonomi di tahun-tahun sebelumnya. Tercermin pada periode Januari-Desember 2021, realisasi penanaman modal asing (PMA) di *consumer goods industry* tumbuh ekspansif hingga 75,9% secara tahunan menjadi US$2,08 miliar (Timorria, 2021).

Ketertarikan investor di *consumer goods industry* tidak terlepas dari dukungan performa emiten-emiten dalam berinovasi pada produk-produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Santosa dan Suzan, 2018). Sejalan dengan perspektif ini, para peneliti dapat menyimpulkan bahwa peningkatan signifikan dalam jumlah investor menunjukkan bahwa banyak perusahaan di sektor barang konsumsi menunjukkan kinerja yang baik. Kesimpulan yang disebutkan berkaitan dengan fenomena *transfer pricing aggressiveness*, di mana perusahaan-perusahaan yang menunjukkan kinerja yang kuat berpotensi untuk memaksimalkan keuntungan mereka, meskipun dengan biaya menanggung beban pajak yang lebih tinggi. Faktor ini mengasumsikan peran penting dalam mendorong perusahaan untuk mengambil keputusan terkait agresivitas *transfer pricing*.

Faktor kedua praktik *transfer pricing aggressiveness* yaitu adanya hubungan istimewa (*related party*) antar perusahaan yang disebut *tunneling incentive* (Nur & Saebani, 2018). Pada umumnya perusahaan mulitnasional memiliki karakteristik pemegang saham yang terkonsentrasi pada sedikit pemilik antara lain pemegang saham mayoritas ataupun minoritas. Struktur kepemilikan ini kemudian membentuk kendali pada pemegang saham mayoritas atau pengendali akan hak untuk menentukan aturan yang hendak ditetapkan oleh perusahaan (Rifqiyati et al, 2021).

Faktor ketiga keputusan *transfer pricing aggressiveness* adalah *exchange rate* yang dipengaruhi oleh perdagangan internasional. *Exchange rate* atau nilai tukar mata uang aing dapat menjadi peluang bagi perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* yang agresif dengan cara memindahkan laba ke perusahaan afiliasinya di negara-negara yang memiliki kondisi mata uang menguat.

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan variabel pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap *transfer pricing aggressiveness*. Diantaranya oleh Santosa & Suzan (2018) dan Purwanto & Tumewu (2018) menemukan bahwa faktor pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dari penelitian Hikmatin dan Suryarini (2019) yang menyatakan bahwa pajak tidak

memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Terkait dengan *tunneling incentive*, penelitian oleh Santosa & Suzan (2018) dan Farkhah et al, (2022) menemukan bahwa faktor ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Namun, penelitian oleh Supriyati et al, (2021) menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Dalam hal *exchange rate*, penelitian oleh Lestari et al, (2021) menyatakan bahwa faktor ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing. Namun, penelitian oleh Nurwati et al, (2021) menemukan bahwa exchange rate memiliki pengaruh negatif yang signifikan.

Peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* pada perusahaan *consumer goods industry* yang dinilai sebagai perusahaan berpengaruh pada variabel penelitian karena banyaknya ketertarikan investor dengan dibuktikan stabilitas yang baik di tengah rawannya gejolak perekonomian pangsa pasar global. Selain itu perusahaan *consumer goods industry* menjadi emiten yang memberi ketergantungan masyarakat pada produk-produk yang dihasilkan seiring tingginya konsumsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan primer sehari-hari.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Sesuai dengan prinsip-prinsip teori keagenan, Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai pengaturan kontrak di mana satu atau lebih prinsipal menggunakan jasa agen untuk melaksanakan tugas-tugas tertentu, sambil mendelegasikan kekuasaan pengambilan keputusan kepada agen. Teori keagenan menjelaskan dinamika antara dua entitas yang berbeda, khususnya manajemen perusahaan sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal.

Menurut teori keagenan, asimetri informasi dapat menyebabkan konflik kepentingan antara manajemen perusahaan dan pemegang saham, yang mengakibatkan hasil yang bermasalah. Karena memiliki informasi yang lebih unggul, manajemen perusahaan dapat melakukan tindakan oportunistik untuk memajukan kepentingan mereka sendiri, yang berpotensi merugikan pemegang saham.

Transfer Pricing

Menurut Pohan (2018:) *transfer pricing* merupakan harga yang diperhitungkan untuk penyediaan barang, jasa, atau harta tak berwujud lainnya dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa yang didasarkan atas prinsip harga pasar wajar. Harga transfer pada awalnya merupakan harga yang dilekatkan untuk menilai suatu produk untuk dipertukarkan antar sesama anggota perusahaan dalam satu grup untuk memaksimalkan laba yang diperolehnya, namun transaksi antar sesama anggota perusahaan dapat mengakibatkan penetapan harga jual yang tidak wajar karena kekuatan pada pasar tidak berlaku dengan semestinya.

Pajak

Ketentuan Undang-Undang Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), istilah pajak mengacu pada pembayaran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Sesuai dengan pernyataan Waluyo (2014), pajak mengacu pada kontribusi wajib kepada

negara, yang dikenakan pada individu yang wajib membayar sesuai dengan peraturan yang ditetapkan. Iuran ini tidak menghasilkan imbal balik secara langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum yang berhubungan dengan fungsi-fungsi pemerintah yang mengawasi negara. Tarif pajak efektif atau *effective tax rate* merupakan rasio perhitungan dapat digunakan untuk menilai kemampuan manajemen perusahaan dalam penglolaan pajak. *Effective tax rate* mengacu pada persentase besaran tarif pajak yang dibebankan oleh perusahaan tertentu (Santosa dan Suzan 2018).

Tunneling incentive

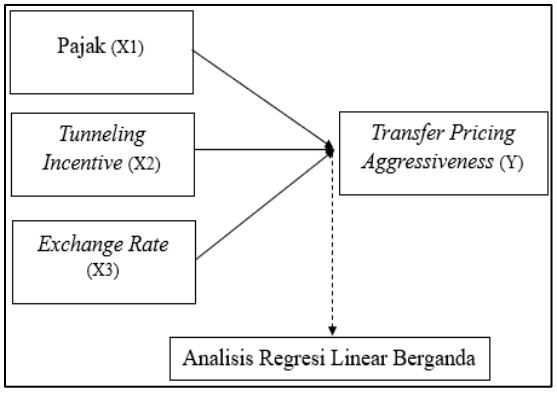
Menurut Noviastika et al, (2016) t*unneling incentive* merupak istilah awal yang diciptakan untuk merujuk pada praktik pengalihan aset dan keuntungan dari pemegang saham minoritas atau non pengendali di Republik Ceko. Variabel *tunneling incentive* didasarkan pada besarnya kepemilikan saham yang melampaui ambang batas 20%. Sesuai dengan pedoman yang diuraikan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15, sebuah entitas memiliki memiliki pengaruh signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui anak perusahaan) yang memiliki minimal 20% atau lebih dari keseluruhan jumlah modal. Masalah *transfer pricing aggressiveness* muncul dalam konteks hubungan yang istimewa, di mana penetapan harga dalam transaksi antara entitas yang terafiliasi dapat menimbulkan tantangan bagi perusahaan dalam menilai kewajaran atas transaksi afiliasitersebut. (Putri et al. 2022)

Exchange Rate

Exchage Rate erat kaitannya dengan perdagangan internasional karena mewakili niali tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain yang digunakan sebagai alat pembayaran di masa sekarang atau di masa depan. Arus kas perusahaan multinasional didominasi oleh berbagai mata uang dengan nilai fluktuatif dari waktu ke waktu. Ketidak stabilan *exchage rate* yang ini dapat mempengaruhi neraca perdagangan suatu negara karena adanya perbedaan nilai ekspor dan impor yang diperoleh suatu negara dari transaksi perusahaan multinasional (Cahyadi dan Noviari 2018).

Kerangkan Pemikiran dan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian berkenaan dengan dua variabel atau lebih. Berdasarkan landasan teori dari setiap variabel penelitian, dapat ditarik sebuah diagram kerangka berpikir tampak sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pikir

Sumber: Data diolah (2023)

Dari uraian diatas mengenai kajian teori dan perumusan masalah, kerangka berpikir diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing aggressiveness*

H2: *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing aggressiveness*

H3: *Exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan

melakukan *transfer pricing aggressiveness*

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik dokumenter, yaitu teknik pengambilan data, untuk mengumpulkan, mencatat, dan meninjau data yang diperoleh untuk penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi laporan keuangan tahunan (*annual repoert*) pada masing-masing perusahaan *consumer good industry* periode 2017-2021, serta data perusahaan yang diperoleh dari www.idx.co.id dan situs resmi oleh masing-masing perusahaan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan *transfer pricing aggressivenes* (agresivitas harga transfer). *Transfer Pricing* didefinisikan sebagai jumlah harga yang disepakati antara perusahaan dan afiliasinya yang memiliki hubungan istimewa untuk mentransfer atau mengalihkan barang dan jasa dalam pembebanan besaran nilai pajak (Kusuma dan Wijaya, 2017). Menurut Sugiyono (2015), variabel independen adalah faktor yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Berikut tabel operasional yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini untuk mengukur variabel penelitian:

Tabel 2. Operasional Variabel

No	Variabel	Proyeksi	Skala
1	Pajak	ETR = $\frac{\text{beban pajak}}{\text{laba sebelum pajak}}$ Sumber: Farkhah et al. (2022)	Rasio
2	*Tunneling incentive*	TI = $\frac{\text{kepemilikan saham asing}}{\text{jumlah saham beredar}}$ Sumber: Hikmatin (2019)	Rasio
3	*Exchange Rate*	ER = $\frac{\text{laba rugi selisih kurs}}{\text{laba rugi sebelum pajak}}$ Sumber: Ginting et al. (2021)	Rasio
4	*Transfer Pricing*	TP = $\frac{\text{piutang pihak berelasi}}{\text{total piutang}}$ Sumber: Refgia (2017)	Rasio

Sumber: Data diolah (2023)

Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian terdiri dari 80 perusahaan *consumer goods industry*. Diantaranya terdapat sebelas perusahaan tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangannya, empat puluh enam perusahaan tidak berafiliasi, sembilan perusahaan tidak dikendalikan oleh pihak asing dan lima perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan. Oleh karena itu, terdapat 9 perusahaan yang sesuai kriteria untuk menjadi sampel penelitian. Data diambil dan disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Pemilihan Sampel

Kriteria Seleksi Sampel	Jumlah
Perusahaan *consumer goods industry* yang listing di BEI periode 2017-2021	80
Perusahaan yang tidak mempublikasikan *annual report* secara konsisten dan lengkap	-11
Perusahaan yang tidak memiliki afiliasi perusahaan bertempat diluar negeri	-46
Perusahaan *consumer goods industry* yang tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih	-9
Perusahaan *consumer goods industry* yang mengalami kerugian selama periode pengamatan	-5
Perusahaan yang menjadi sampel penelitian	9

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa sampel dipilih dengan menggunakan pendekatan pemilihan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang diberikan, sehingga menghasilkan sampel sebanyak 9 perusahaan dengan periode pengamatan selama 5 tahun, sehingga total keseluruhan data observasi adalah 45 perusahaan *consumer goods industry.*

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta1.X1 + \beta2.X2 + \beta2.X3 + \varepsilon}$$

Keterangan:

Y = Variabel Independen (*Transfer Pricing Aggressiness*)
α = Nilai Y bila X = 0 (nilai konstan)
β1 = Koefisien regresi pajak
X1 = Variabel Independen pajak
β2 = Koefisien regresi *tunneling incentive*
X2 = Variabel Independen *tunneling incentive*
β3 = Koefisien regresi *exchange rate*
X3 = Variabel Independen *exchange rate*
ε = Kesalahan/ *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini menguji dan membuktikan tentang perngaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness*. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk melihat nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maximun dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Pada Tabel 4 disajikan hasil dari analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	*Std. Deviasi*
Pajak	45	5.15	81.46	29.1169	10.81591
Tunneling Incentive	45	21.68	98.79	68.4783	25.55800
Exchange Rate	45	-174.24	15.41	-6.4849	30.42675
Transfer Pricing	45	0.00	74.78	22.4125	25.88607

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil pengujian statistik deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa pada variabel Y keputusan *transfer pricing aggressiveness* dan variabel X1 (Pajak), X2 (*Tunneling Incentive*) nilai mean lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya sehingga data tersebut tersebar cenderung homogen atau seragam, sedangkan pada X3 (*Exchange Rate*) dan Y (*Trasfer Pricing*) nilai mean lebih kecil dibandingkan nilai standar deviasinya sehingga menandakan data tersebar cenderung heterogen atau acak.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2019).

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		45.000
Normal Parameters	Mean	0.000
	Std. Deviation	2.241
Most Extreme Differences	Absolute	0.066
	Positive	0.061
Test Statistic		-0.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.066
		,200[c,d]

Sumber: Data diolah (2023)

Dari uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 5 dihasilkan nilai *Asymp. Sig.* (2-*tailed*) sebesar 0,200. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dan model regresi ini terdistribusi normal dibuktikan dengan nilai pada Asymp. Sig. (2-*tailed*) diatas 0,05, yaitu 0,200 > 0,05.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan telah lolos dari uji autokorelasi, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan untuk tahap berikutnya ke analisis linear berganda (Ghozali, 2019).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2019).

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,758[a]	0.575	0.565	2.26718	1.969

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui nilai Durbin-Watson (d) dari uji autokorelasi sebesar 1,969 dimana nilai d_u adalah 1,6662 sedangkan nilai 4-d_u adalah 2,338. Nilai Durbin-Watson terletak antara $d_u < d < 4 - d_u$ yakni 1,662 < 1,969 < 2,338 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dan membuktikan apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi, dapat dilihat dari nilai uji VIF dan tolerance. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	*VIF*
Pajak	,440	2,271
Tunneling Incentive	,913	1,096
Exchange Rate	,417	2,400

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada nilai tolerance diatas 0,1 dan VIF dibawah 10. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Sugiyono, 2015). Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser untuk meregress nilai absolut residual terhadap variabel independen yang diteliti. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedastisitas

	t	*Sig.*
Pajak	1,248	,219
Tunneling Incentive	-,907	,370
Exchange Rate	,755	,455

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas diatas, pada hasil uji glejser nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menentukan pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing aggresiveness*.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted-R Square*)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pada tabel 9 akan disajikan hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	*R Square*	*Adjusted R Square*
,758[a]	0.575	0.565

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 9 diatas menjelaskan bahwa variabel transfer pricing dapat dijelaskan oleh variabel pajak, *tunneling incentive*

dan *exchange rate* sebesar 0,565 atau sekitar 56,5%. Sedangkan sisanya sebesar 43,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti *thin capitalization, bonus mechanism, firm size* dan lain-lain.

Uji Statistik F

Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan pada penelitian ini sudah signifikan. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka model ini dapat dinyatakan signifikan. Tabel 10 ini menyajikan hasil uji statistik F pada penelitian ini

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

	Sum of Squares	df	*Mean Square*	F	*Sig.*
Regression	299.286	1	299.286	58.225	,000[b]
Residual	221.025	43	5.140		
Total	520.311	44			

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 10 diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar sebesar 58,225 dengan probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan F_{hitung} 58,225 > F_{tabel} 3,22 ($df_1 = 3 - 1$; $df_2 = 45 - 3$) dapat dikatakan bahwa pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* berpengaruh secara simultan bersama-sama atau keseluruhan.

Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen/penjelas yang secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai signifikansi variabel dependen nya (Sugiyono, 2015). Berikut hasil uji statistik t disajikan pada tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)

	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	*Sig.*
Pajak	,552	,072	,758	7,631	,000
Tunneling Incentive	-,450	,049	-,481	-9,211	,000
Exchange Rate	,264	,063	,388	4,158	,000

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel 11 diatas, maka dapat diketahui hubungan antara variabel indenpenden dengan variabel dependen secara parsial, dengan nilai alpha 0,05 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,018 (0,05; df = 45 - 3). Maka H_0 pada variabel bebas pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* ditolak, sedangkan H_1 , H_2 , H_3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien seluruh variabel bebas atau independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing aggressiveness*.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

***Transfer pricing aggresiveness* = 0,416 + 0,552 X1 – 0,450 X2 + 0,264 X3**

PEMBAHASAN

Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan *Transfer pricing aggressiveness*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pajak memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara pajak dan keputusan *transfer pricing aggressiveness*. Koefisien positif pada variabel pajak menunjukkan bahwa pajak memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing aggressiveness*. Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan adanya hubungan positif antara pajak dan *transfer pricing aggressiveness*. Hubungan positif tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat tarif pajak yang harus dibayarkan dibandingkan dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, maka kecenderungan keputusan *transfer pricing aggressiveness* juga akan semakin meningkat.

Penelitian ini menolak teori keagenan (*agency* theory) dimana *agent* (manajemen) berusaha menekan rendah pajak karena dorongan *effective tax rate* atau tingginya beban pajak terutang untuk menambah keuntungan. Kewenangan yang diberikan *principle* kepada *agent* akan membuat *agent* mengesampingkan kepentingan dari *principle* dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing* demi menurunkan pajak yang harus dibayar, sedangkan berbandingan terbalik dengan keinginan *principle* yang tidak menghindari *transfer pricing* karena dapat berpotensi menggangu keberlangsungan bisnis. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwanto & Tumewu (2018), yang menunjukkan bahwa praktik transfer pricing yang agresif dapat mengakibatkan pembayaran pajak yang lebih rendah secara global.

Pengaruh *Tunneling incentive* Terhadap Keputusan *Transfer pricing aggressiveness*

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel pajak sangat signifikan dengan nilai p-value sebesar 0,000. Hasil analisis statistik mengindikasikan bahwa keputusan untuk melakukan agresivitas transfer pricing secara parsial dipengaruhi oleh *tunneling incentive*, yang dibuktikan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien dari *tunneling incentive* adalah negatif, yang mengindikasikan adanya pengaruh negatif terhadap agresivitas transfer pricing. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan bukti yang mendukung hipotesis kedua yang mengimplikasikan bahwa peningkatan rasio *tunneling incentive* akan mengakibatkan penurunan potensi keputusan *transfer pricing.*

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan (*agency theory*) yang merupakan keterikatan relasi antara dua pihak yaitu *principle* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen). Dimana *principle* selaku pemilik sumber daya yang memberikan wewenang kepada *agent* untuk mengelola penggunaan dan pengendalian sumber daya sehingga menghasilkan keputusan terbaik. Manajemen bertanggung jawab penuh atas semua keputusan yang mereka ambil atas delegasi tugas dan mengupayakan yang terbaik guna kepentingan *stake holder*. Sesuai dengan temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Supriyati *et al.* (2021), Saifudin *et al.* (2018) dan Rosa *et al.* (2017) yang menunjukkan tunneling incentive berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness*.

Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan *Transfer pricing aggressiveness*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel exchange rate memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara exchange rate dan keputusan *transfer pricing aggressiveness*. Koefisien positif pada variabel exchange rate menunjukkan bahwa exchange rate memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing aggressiveness*. Dengan demikian, penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan adanya hubungan positif antara exchange rate dan *transfer pricing aggressiveness*. Hubungan positif tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi rasio exchange rate, nilai transfer pricing juga akan mengalami peningkatan.

Sehingga penelitian ini menolak teori keagenan (*agency theory*), dimana

agent akan memanfaatkan *transfer pricing aggressivenes* dengan adanya perbedaan mata uang asing pada perusahaan afiliasi di luar negeri.

Manipulasi harga transaksi demi pengalihan laba dapat dilakukan dengan memperhatikan kondisi penguatan mata uang asing melalui manipulasi harga transaksi jual - beli, pembayaran jasa, pembayaran royalti, dan lain-lain di negara lain untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat guna memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini justru memberikan kerugian pada pihak *principle* karena menyebabkan asimetri informasi pada kondisi perusahaan dan memungkinkan *agent* selaku manajemen menyalurkan keuntungannya sendiri. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ginting et al. (2021) dan Pratiwi (2018), yang menemukan bahwa exchange rate memiliki pengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing.

PENUTUP

Kesimpulan berdasarkan penelitian mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* adalah sebagai berikut: variabel pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness*. Ini berarti semakin besar beban pajak maka akan meningkatkan kecenderungan agresivitas *transfer pricing* dengan memanfaatkan perbedaan tarif pajak antara perusahaan afiliasi di negara yang berbeda. Pada variabel *tunneling incentive* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing aggressiveness*. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya hubungan istimewa atau kepentingan tertentu dalam perusahaan akan menurunkan kecenderungan untuk melakukan *transfer pricing aggressiveness*. Sedangkan pada variabel exchange rate memiliki pengaruh positif dan signifikan. Ini berarti perusahaan multinasional akan memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang uang atau *exchange rate* untuk melakukan praktik *transfer pricing aggressiveness*, seperti penjualan, pembelian, pemindahan aset, dan lainnya ke negara-negara afiliasi yang memiliki mata uang yang menguat.

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian yang sama di waktu mendatang. Penelitian ini sebatas meneliti mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing aggressiveness* sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan pada faktor-faktor lain. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil *Adjusted R Square* mencapai 56,5%, sedangkan sisanya 44,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan proksi lebih luas lagi dalam pengukuran *transfer pricing* dan menambahkan faktor-faktor atau determinasi dalam variabel independen. Selain itu peniti selanjutnya dapat menggunakan rentang waktu yang lebih lama pada periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BKPM. 2022. “Perkembangan Realisasi Investasi Berdasarkan Sektor Tahun 2017 s/d 2022No Title.” Retrieved (https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik).

Cahyadi, Anisa Sheirina, and Naniek Noviari. 2018. “Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing.” *E-Jurnal Akuntansi* 24(2):1441–73.

Farkhah Elfa, Elfaumi, Agus Ismaya

Hasanudin, and Tri Lestari Lestari. 2022. "Transfer Pricing Policy: The Role of Taxes, Incentive Tunneling and Bonus Mechanism." *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research* 1(6):553–65. doi: 10.54408/jabter.v1i6.101.

Fauziah, N. F., & Saebani, A. 2018. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing." *Akuntansi* 18:115–28.

Ginting, Wenny Anggeresia, Bee Arlita Ade Putri Br. Sitorus, Cindy Lorenza, and Sania Surga Mas. 2021. "The Effect of Taxes, Exchange Rates, Leverage, and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing in Manufacturing Companies Listed on The IDX." *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management* 1(3):277–93. doi: 10.36418/jrssem.v1i3.23.

Hikmatin, Rohmah, and Trisni Suryarini. 2019. "Accounting Analysis Journal Transfer Pricing of Manufacturing Companies in Indonesia." *Accounting Analysis Journal* 8(3):165–71. doi: 10.15294/aaj.v8i3.27706.

I, Ghozali. 2019. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS." *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2022. "Informasi APBN Kita." *Kemenkeu.Go.Id*. Retrieved (https://web.kemenkeu.go.id/publikasi/apbn-kita/).

Kementerian Perindustrian Indonesia. 2022. "Investasi Sektor Manufaktur Naik 52 Persen Di Tahun 2022, Tembus Rp497,7 Triliun." *Kementerian Perindustrian Indonesia*.

MUC Consulting. 2022. "Jumlah Penyelesaian Sengketa Pajak Berganda Lewat MAP Tahun 2021 Naik 13%." *MSI Global Aliance*.

Noviastika F, Yuniadi Mayowan, Suhartini Karjo, Dwi. 2016. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing." *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*|.

Putri, Ni Putu Wanda Anggeliana, I. Gusti Ayu Made Asri Dwija Putri, I. Ketut Budiartha, and Gayatri Gayatri. 2022. "Moderasi Good Corporate Governance Terhadap Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus Pada Transfer Pricing Di Indonesia." *E-Jurnal Akuntansi* 32(6):1440. doi: 10.24843/eja.2022.v32.i06.p04.

Refgia, Thesa. 2017. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing." *JOM Fekon* 4(1):543–55.

Rifqiyati, Rifqiyati, Masripah Masripah, and Munasiron Miftah. 2021. "Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen* 2(3):167–78. doi: 10.35912/jakman.v2i3.214.

Santosa, Siti jasmine Dwi, and Leny Suzan. 2018. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)." *Kajian Akuntansi* 19(1):72–80.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*.