



Pengaruh Perencanaan Pajak, *Tunneling Incentive* dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku *Transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016

Hasan Effendi Jafri^{1,2}

Elia Mustikasari¹

¹Departemen Akuntansi, Universitas Airlangga

²hasanneffendijafri@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Tanggal Masuk 8 Oktober 2018

Tanggal Diterima 31 Oktober 2018

Tersedia Online 31 Desember 2018

Kata Kunci:

transfer pricing; tax planning; tunneling incentive; intangible assets

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud terhadap perilaku *transfer pricing* yang diukur dengan penjualan pihak berelasi dibagi dengan penjualan pihak tidak berelasi. Perencanaan pajak diukur dengan Cash ETR, *tunneling incentive* diukur dengan piutang pihak pihak berelasi dibagi dengan total aset dan aset tidak berwujud diukur dengan total aset tidak berwujud dibagi total penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Penentuan sampel yang dipilih dalam penelitian menggunakan metode purposive sampling. Pengujian pengaruh perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud terhadap perilaku *transfer pricing* dianalisis menggunakan software SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 134 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda dengan signifikansi 5% maka hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) perencanaan pajak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*, (2) *tunneling incentive* berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*, (3) aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

1. Pendahuluan

Globalisasi yang terjadi sejak beberapa periode yang lalu membawa dampak yang berpengaruh disegala bidang salah satunya perkembangan dan kemajuan di bidang ekonomi dan bisnis. Globalisasi ekonomi membawa dampak semakin berkembangnya transaksi internasional. Kemajuan yang pesat dalam teknologi, transportasi, komunikasi, dan informasi dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan usaha mereka dengan membuka cabang dan anak perusahaan di berbagai negara. Globalisasi menyebabkan perekonomian dan bisnis berkembang dengan cepat tanpa menganal batas negara dan benua. Perkembangan perekonomian, teknologi, transportasi dan informasi memberikan pengaruh yang besar bagi pola bisnis dan perilaku para pemilik bisnis. Para pemilik bisnis membentuk perusahaan multinasional melalui anak perusahaan dan cabang perusahaan untuk mengembangkan bisnis di beberapa negara dengan melakukan berbagai investasi dan transaksi yang berskala internasional.

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan (Maffuchan 2013). Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing* yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) (Mangoting 2000). Dalam lingkungan perusahaan multinasional akan timbul transaksi hubungan istimewa dimana terjadi transaksi antar sesama anggota perusahaan atau dalam satu grup (*intra-group transaction*). Hal tersebut dapat menimbulkan adanya perilaku praktik *transfer pricing* untuk penghindaran pajak, karena dilakukan dengan pihak berelasi maka penetapan harga dapat terjadi secara tidak wajar dengan cara menaikkan harga atau menurunkan harga. Perusahaan multinasional dapat memanfaatkan celah peraturan perpajakan untuk melakukan perencanaan pajak dengan melakukan *transfer pricing* dengan memindahkan keuntungan yang didapat ke perusahaan yang masih dalam satu grup di negara lain, sehingga total pajak perusahaan multinasional menjadi rendah (Mangoting 2000).

Praktik *transfer pricing* dapat mengakibatkan potensi penerimaan negara berkembang dari sektor pajak berkurang. Sementara, pajak merupakan sumber utama pennerimaan negara, bahkan di beberapa negara berkembang pajak menyumbangkan lebih dari 80% dari total penerimaan negara. Jika tidak ada upaya pencegahan dan koordinasi antar negara dalam penindakan *transfer pricing*, maka akan semakin banyak negara yang tidak mampu membiayai pembangunnya. *Transfer pricing* merupakan salah satu isu yang sangat penting dalam

perpajakan internasional. Perdebatan tentang *tax avoidance* dan *tax evasion* tidak hanya beredar di kalangan politisi dan pebisnis, namun sampai beredar di kalangan selebritis dunia (Maftuchan 2013). Berikut adalah contoh kasus *transfer pricing* perusahaan multinasional yang pernah terjadi seperti kasus Google, Starbucks, dan Amazon. Starbucks Inggris misalnya mempergunakan beberapa taktik untuk memanipulasi laba dengan mentransfer keuntungan ke luar negeri. Taktik pertama adalah dengan melakukan *offshore licencing*. Starbucks Inggris mengklaim bahwa mereka tidak memiliki kekayaan intelektual atas lisensi resep, logo, dan desain. Hak kekayaan intelektual tersebut dipegang oleh perusahaan asal Belanda bernama Starbucks Coffee EMEA BV. Oleh karena itu, tiap tahun Starbucks Inggris membayar biaya lisensi yang cukup besar padahal hal tersebut dilakukan adalah untuk mentransfer keuntungan ke Belanda. Oleh perusahaan Belanda, pemasukan dari Inggris itu tergolong royalti dan dikenai pajak sangat kecil berdasarkan peraturan perpajakan Belanda. Taktik yang kedua yang dilakukan Starbucks berkaitan dengan pembelian kopi. Starbucks Inggris membeli biji kopi dari unit Starbucks yang berkedudukan di Swiss. Oleh karena itu, Starbucks Inggris mengeluarkan biaya pembelian untuk biji kopi tersebut. Padahal sesungguhnya apa yang telah dilakukan Starbucks Inggris tersebut adalah cara mereka untuk melakukan manajemen pajak perusahaan mereka. Oleh Starbucks Swiss, transfer biji kopi tersebut dikategorikan sebagai penjualan komoditas dimana berdasarkan peraturan pajak Swiss hanya dikenai tarif 2% (Saraswati dan Sujana 2017).

Dari segi empiris pun, beberapa penelitian mengenai perilaku *transfer pricing* yang dipengaruhi motivasi pajak telah dilakukan sebelumnya, di antaranya Lo, Wong, dan Firth (2010) menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*. Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian Saraswati dan Sujana (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan multinasional melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa yang berada di negara lain dengan tujuan menurunkan jumlah pajak yang dibayar oleh suatu perusahaan. Perusahaan melakukan transaksi hubungan istimewa dengan memindahkan kekayaan ke perusahaan yang berada di negara lain untuk menurunkan laba sehingga dapat mengurangi beban pajak grup perusahaan. Namun dari hasil pengujian yang dilakukan oleh Mispuyati (2015) dan Marisa (2017) menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena perusahaan dapat menggunakan cara lain selain *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan. Untuk mengukur seberapa baik sebuah perusahaan mengelola pajaknya adalah dengan melihat tarif efektifnya. Tarif pajak efektif adalah perbandingan antara pajak riil yang dibayar dengan laba komersial sebelum pajak (Richardson dan Rooman 2007).

Penelitian mengenai pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* sebelumnya telah menunjukkan pengaruh kepada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan

daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimanakepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas melakukan *tunneling*. Penelitian yang dilakukan Saraswati dan Sujana (2017) menunjukkan pengaruh *tunneling incentive* terhadap perilaku *transfer pricing*, dimana perusahaan yang dengan kepemilikan yang hanya dikuasai oleh beberapa pihak dimana pihak yang menguasai perusahaan cenderung bertindak hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri. Hal ini dilakukan dengan *tunneling* dengan melakukan transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan manfaat privat yang diperoleh pemegang saham pengendali tetapi pemegang saham minoritas juga ikut menanggung beban dari transaksi ini. Penelitian yang dilakukan oleh Ohnuma dan Kato (2015) dan Muhammadi dkk. (2016) menemukan bukti empiris bahwa aset tidak berwujud tidak berpengaruh karena banyaknya transaksi aset tidak berwujud tidak mencerminkan tindakan oportunistik manajemen perusahaan melakukan perilaku *transfer pricing*. Penilaian aset tidak berwujud juga tidak mudah karena untuk menentukan nilai dengan kondisi yang sama harus dilakukan dengan pihak ketiga atau independen tetapi rata-rata transaksi aset tidak berwujud dilakukan dengan satu grup atau pihak berelasi.

Berdasarkan dari latar belakang yang dikemukakan sebelumnya terdapat ketidak konsistensi antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, maka dari itu alasan peneliti tertarik untuk menguji ulang hasil dari berbagai variabel. Selanjutnya penelitian ini akan menggunakan periode penelitian tahun 2014-2016 dikarenakan adanya penerapan Peraturan Menteri Keuangan No 213/PMK.03/2016 yang mengatur mengenai dokumen harga transfer. Peraturan ini mencakup ketentuan atas pelaporan dokumen induk atau dokumen lokal dan laporan per negara bagi wajib pajak yang melakukan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan penerapan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 tahun 2011 yang mengatur transaksi hubungan istimewa haruslah memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang mulai efektif diberlakukan pada November 2011. Bagian selanjutnya akan dipaparkan mengenai tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, kemudian ditutup oleh kesimpulan, keterbatasan, dan saran.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Agency Theory

Hubungan antara manajemen perusahaan (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*) dalam teori keagenan. Teori ini mengungkapkan adanya kontrak antara pemilik sumber daya yakni pemegang saham dan manajer untuk menggunakan serta mengendalikan sumber daya

tersebut. Penyerahan wewenang oleh prinsipal kepada agen selaku pengelola perusahaan dapat menimbulkan masalah informasi asimetris. Konflik yang timbul akibat ketidak sesuaian informasi menyebabkan manajer memiliki informasi lebih banyak daripada pemegang saham. Potensi munculnya konflik keagenan pertama konflik antara pemegang saham dengan kreditur. Munculnya konflik tersebut disebabkan karena pihak manajemen memilih untuk mengambil keputusan pekerjaan yang beresiko tinggi diatas perkiraan pihak kreditur. Konflik lain akan muncul apabila perusahaan meningkatkan jumlah hutang dengan tingkatan yang lebih tinggi melebihi perkiraan pihak kreditur. Hal tersebut dikarenakan kepentingan manajemen yang memaksakan untuk menaikkan hutang, pihak kreditur akan merasa dirugikan dan meningkatkan resiko kebangkrutan pada perusahaan. Di sisi lain, jika keputusan yang diambil atas pekerjaan yang beresiko tinggi tersebut menghasilkan hasil yang sesuai, maka kompensasi atau bunga yang diterima kreditur tidak ikut naik. Kedua konflik antara pemegang saham dengan manajemen. Konflik tersebut dikareakan perbedaan kepentingan di antara kedua belah pihak. Pertentangan dan tidak sinkronnya informasi yang didapat oleh prinsipal dan agen dapat menimbulkan masalah dalam teori agensi yang dikenal sebagai *asymmetric information* (Jensen dan Meckling 1976). Masalah keagenan juga mempengaruhi sifat dari struktur modal di dalam perusahaan. Struktur kepemilikan atau modal yang tersebar memungkinkan terjadinya masalah keagenan antara pemegang saham dan manajer. Konflik ini juga muncul akibat dari adanya asimetri informasi. Sedangkan, ketika struktur kepemilikan terkonsentrasi pada satu pihak yang memiliki pengendalian atas manajemen perusahaan, maka konflik keagenan yang muncul akan berbeda. Pergeseran konflik keagenan antara manajer dengan pemegang saham menimbulkan konflik keagenan antara pemegang saham pengendali dan non pengendali (Claessens, Djankov, dan Lang 2000).

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Perilaku Transfer Pricing

Berdasarkan teori keagenan, konflik agensi terjadi antara manajer dan pemegang saham akibat adanya kesenjangan informasi antar kedua pihak tersebut. Pemegang saham menduga manajer akan melakukan tindakan oportunistik untuk kepentingan mereka melalui upaya manipulasi angka-angka akuntansi dalam laporan keuangan perusahaan. Kondisi ini akan memberikan dampak berkurangnya harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan dari operasional perusahaan akibat perilaku oportunistik tersebut. Oleh karena itu, untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham tanpa melakukan manipulasi pada laporan keuangan, maka manajer akan melakukan sebuah perencanaan pajak guna memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Perencanaan pajak merupakan sebuah

pertimbangan atas beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan laba perusahaan. Adanya perencanaan pajak yang baik, maka upaya manajer untuk melakukan manipulasi-manipulasi pada laporan keuangan akan terbatas. Salah satu bentuk upaya manipulasi tersebut adalah tindakan *transfer pricing*. Kesadaran manajer untuk membayarkan pajak sesuai dengan kemampuan perusahaan akan menurunkan hasrat manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan tindakan *transfer pricing* akan memberikan dampak yang luas bagi perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap perilaku *transfer pricing*

2.2.2. Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Perilaku Transfer Pricing

Berdasarkan teori agensi, konflik agensi dapat terjadi antara majority shareholders dengan minority shareholders. Konflik ini terjadi akibat majority shareholders memaksakan segala keinginannya kepada manajer untuk kepentingan pribadi majority shareholders. Akibat dari adanya kondisi ini, maka perusahaan dengan mudah untuk melakukan tindakan-tindakan negatif seperti melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dengan mudah terjadi melalui sebuah upaya untuk memindahkan aset atau laba yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan menjadi lebih rendah. Proses pemindahan aset atau laba yang dihasilkan akan menurunkan keuntungan yang diperoleh minority shareholders, sehingga mereka mengalami penurunan kesejahteraan yang diberikan perusahaan. Praktik memindahkan aset atau laba yang dilakukan oleh manajer akibat dorongan majority shareholder merupakan satu pemicu utama terjadinya *transfer pricing*. Tindakan tunneling incentive melalui upaya pemindahan tersebut, akan mendorong majority shareholders untuk mendapatkan keuntungan lebih sehingga mereka melakukan tindakan *transfer pricing*.

Perusahaan multinasional sebagai sebuah perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak berelasi akan memiliki kemudahan dalam melakukan tunneling incentive. Kemudahan tersebut terjadi akibat adanya kemungkinan untuk memindahkan aset atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga laba perusahaan menjadi tampak lebih rendah. Kondisi tersebut berguna sebagai sebuah upaya untuk memanipulasi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Kemudahan perusahaan multinasional untuk melakukan tunneling incentive akan mendorong majority shareholders untuk memaksakan keinginan mereka kepada manajer perusahaan untuk melakukan sebuah tindakan oportunistik berupa *transfer pricing*. Adanya kemudahan dalam melakukan tindakan tunneling incentive akan mendorong manajer perusahaan untuk melakukan pemindahan aset dan laba perusahaan mereka melalui *transfer pricing*.

H2: Tunneling Incentive berpengaruh positif terhadap perilaku *transfer pricing*

2.2.3. Pengaruh Aset Tidak Berwujud terhadap Perilaku Transfer Pricing

Berdasarkan teori keagenan, konflik keagenan dapat terjadi pada *majority shareholders* dengan *minority shareholders*, dimana *majority shareholders* akan melakukan tindakan tertentu terhadap manajer perusahaan agar kemakmuran mereka dapat ditingkatkan. *Majority shareholders* akan mendorong manajer mengelola kelebihan informasi yang mereka miliki guna memenuhi kepentingan mereka. Aset tidak berwujud sebagai salah satu aset yang sulit untuk dideteksi dapat didayagunakan oleh manajer perusahaan untuk memenuhi kepentingan mereka. Aset tidak berwujud sebagai salah satu asset yang sulit dideteksi akan dengan mudah untuk di transfer oleh perusahaan pada anak perusahaan ataupun pada perusahaan yang memiliki relasi yang kuat dengan perusahaan tersebut. Kondisi ini akan mudah dilakukan pada perusahaan multinasional, dimana perusahaan multinasional memiliki relasi yang kuat dengan perusahaan di luar negeri yang dimiliki oleh pemegang saham perusahaan. Adanya kemudahan perusahaan multinasional untuk mentransfer aset tidak berwujud akan meningkatkan motivasi manajer perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

Motivasi manajer perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* dapat terjadi pada perusahaan dengan aset tidak berwujud yang sangat besar. Aset tidak berwujud yang besar dalam perusahaan akan menjadi sebuah pusat perhatian dari pemerintah. Hal ini dapat menimbulkan beban baru bagi perusahaan akibat besarnya perhatian pemerintah terhadap besarnya pajak yang dibayarkan oleh perusahaan yang memiliki aset tidak berwujud yang besar. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk meningkatkan tindakan *transfer pricing* dengan cara memindahkan aset tidak berwujud pada perusahaan di Negara lain yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

H3: Aset tidak berwujud berpengaruh positif terhadap perilaku *transfer pricing*.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan eksplanatori yang bersifat analisis korelasional. Penggunaan pendekatan eksplanatori bertujuan untuk mendapatkan penjelasan mengenai hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis (Sugiyono 2014:36).

3.1. Definisi Operasional Variabel

3.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *transfer pricing*. Banyak cara yang dapat digunakan untuk menghitung *transfer pricing* salah satunya dihitung dengan cara penjualan pihak berelasi dibagi dengan penjualan pihak tidak berelasi (Lo, Wong, dan Firth 2010)

3.1.2. Variabel Independen

Variabel independen pada penelitian ini adalah perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud.

3.1.2.1. Perencanaan Pajak

Variabel perencanaan pajak dapat dihitung menggunakan proksi *Cash ETR (Effective Tax Rate)*. *Cash ETR* dalam penelitian ini akan dihitung dengan rumus yang digunakan oleh (Dyreng, Hanlon, dan Maydew 2010).

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{cash tax paid}}{\text{Pretax book Income}}$$

3.1.2.2. Tunneling Incentive

Tunneling incentive merupakan rasio perhitungan yang digunakan untuk melihat nilai aset yang disakaw gunakan melalui piutang pihak berelasi, sehingga dapat dianalisa dengan perilaku *transfer pricing* (Tang 2016).

$$\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Aset}}$$

3.1.2.3. Aset Tidak Berwujud

Aset tidak berwujud menurut PSAK No.19 tahun 2009 merupakan aset non moneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Aset ini dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif. Aset tidak berwujud menurut (Ohnuma dan Kato 2015).

$$\text{Aset Tidak Berwujud} = \frac{\text{Aset tidak berwujud}}{\text{Total Penjualan}}$$

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 dengan menggunakan *purposive sampling*.

3.3. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah statistik deskriptif. Sebelum uji hipotesis, juga akan dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedasitas. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda, yakni dengan rumus matematis sebagai berikut.

$$TP = \alpha + \beta_1 ETR + \beta_2 TUN + \beta_3 INTA + e$$

Dengan Keterangan:

- α : Konstanta,
- ETR : Perencanaan pajak
- TUN : *Tunneling incentive*
- e : *error* perusahaan

4. Analisis dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, menguji, dan membuktikan pengaruh perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud terhadap perilaku *transfer pricing*. Subjek penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2016. Total sampel selama periode 2014-2016 sebanyak 134 perusahaan, berdasarkan metode *purposive sampling* yang memenuhi kriteria. Sedangkan obyek penelitian ini berupa variabel yang diuji yaitu *transfer pricing*, perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud.

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1. Statistik Deskriptif

Tabel 4.1: Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Tahun 2014-2016

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	134	.0208	.7907	.273595	.1237215
TUN	134	.0000	.4694	.052777	.0863737
INTA	134	.0000	.4887	.019502	.0502404
TP	134	.0002	50.8228	1.456769	5.0522175
Valid N (listwise)	134				

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Uji Normalitas

Tabel 4.2: Hasil Uji Normalitas

N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
134	0.768	0.596	Normal

Hasil uji normalitas menunjukkan tingkat *asymoitatic significance* >0,05 yang berarti dataterdistribusi normal.

4.2.2.2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.3: Hasil Uji Multikolieritas

Model	Collinearity Statistics	Tolerance	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ETR	.996	1.004
	TUN	.987	1.014
	INTA	.988	1.012

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* >0.1 dan VIF <10 yang artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4: Hasil Uji Heteroskedastis

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
					B
1	(Constant)	1.403	.244	5.756	.000
	ETR	-.389	.786	-.044	.614
	TUN	1.477	1.132	.114	.194
	INTA	.228	1.944	-.010	.907

4.2.3. Uji Hipotesis

Tabel 4.4: Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig	
					B
1	(Constant)	-2.398	.389	-6.157	.000
	ETR	-3.227	1.256	-.161	.011
	TUN	19.436	1.808	.676	.000
	INTA	4.123	3.106	.084	.186

Berdasarkan hasil uji model regresi linier berganda dapat disusun suatu persamaan regresi sebagai berikut: $TP = -2,398 - 3,227 ETR + 19,436 TUN + 4,123 INTA + 1,7886213$. Selain itu dari hasil uji hipotesis juga diketahui bahwa variabel perencanaan pajak memiliki hubungan negatif signifikan dengan perilaku *transfer pricing* ($p < 0,012$) dan *tunneling incentive* memiliki hubungan positif signifikan dengan *transfer pricing* ($p < 0,000$).

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Perilaku *Transfer pricing*

Hasil penelitian menunjukkan perencanaan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sesuai dengan hasil pengujian menggunakan uji t, diketahui variabel perencanaan pajak menghasilkan nilai t sebesar -2.569 dengan nilai signifikansi 0.11. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sehingga H1 diterima.

Hasil penelitian menunjukkan jika perencanaan pajak yang diukur dari pembayaran pajak periode ini yang dilakukan perusahaan tidak efektif memberikan pengaruh terhadap kenaikan perilaku *transfer pricing*. Untuk mengoptimalkan pembayaran pajaknya, perusahaan memilih untuk melakukan transaksi kepada pihak berelasi yang berada di negara *tax heaven*. Peluang perusahaan melakukan perilaku *transfer pricing* akan meningkat apabila suatu negara menetapkan tarif pajak yang tinggi dan lemahnya hukum mengenai perpajakan terkait transaksi antara pihak berelasi. Sehingga perusahaan yang mendapatkan laba tinggi yang berada di negara yang memiliki tarif pajak tinggi akan menggeser laba ke negara yang tergolong *tax heaven*. Perusahaan memandang bahwa melakukan pembayaran pajak secara normal akan menurunkan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena pajak dianggap sebagai beban yang mengurangi keuntungan.

Teori agensi menjelaskan bahwa kesenjangan informasi antara pihak pemegang saham dan manajemen merupakan awal dari munculnya konflik agensi. Pihak manajemen berupaya untuk menyembunyikan segala informasi yang dapat merugikan kepentingan pemegang saham. Kondisi ini memberikan dampak berkurangnya harapan pemegang saham untuk memperoleh keuntungan dari operasional perusahaan akibat perilaku oportunistik tersebut. Oleh karena itu, untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham manajer akan melakukan sebuah perencanaan untuk memberikan kemakmuran. Dalam hal ini, manajemen memanfaatkan celah peraturan perpajakan antarnegara yang berbeda untuk melakukan *transfer pricing*. Perusahaan multinasional sebagai bentuk perusahaan dengan struktur kepemilikan asing yang besar berupaya untuk melakukan transaksi dengan induk atau cabang yang masih dalam satu grup perusahaan dengan melakukan praktik *transfer pricing*. Hal ini

didasarkan bahwa pajak merupakan sebuah beban yang tidak memberikan manfaat langsung bagi perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Perilaku Transfer Pricing

Hasil penelitian menunjukkan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sesuai dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, variabel *tunneling incentive* menghasilkan nilai t sebesar 10,751 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sehingga H2 diterima.

Hasil penelitian menunjukkan semakin besar *tunneling incentive* dalam perusahaan akan terdorong untuk melakukan perilaku *transfer pricing*. Perusahaan yang kepemilikannya terpusat pada satu pihak cenderung akan melakukan *tunneling* melalui *transfer pricing*. Apabila pemegang saham mempunyai kontrol yang besar dalam suatu perusahaan, maka tindakan perusahaan untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali daripada membagi dividennya kepada pemegang saham minoritas. Contoh *tunneling* adalah menahan dividen, mentransfer aset dari perusahaan yang mereka kendalikan ke perusahaan yang dimiliki oleh *majority shareholders* atau masih satu grup dengan *majority shareholders* dengan mengesampingkan kewajaran harga dan menempatkan keluarga atau saudaranya menjabat posisi penting dalam perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi (Jensen dan Meckling 1976).

Berdasarkan teori agensi menjekaskan bahwa masalah keagenan timbul akibat adanya konflik *majority shareholders* dengan *minority shareholders*. Pada perusahaan multinasional, pemegang saham mayoritas dan manajemen perusahaan dapat melakukan tindakan yang dapat merugikan bagi pemerintah dan *minority shareholders*. Salah satu bentuk tindakan tersebut adalah dengan melakukan transaksi dengan pihak berelasi untuk mengalihkann aset atau keuntungann untuk keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepenntingan *majority shareholders* dan *minority shareholders* juga ikut menanggung biaya biaya tersebut. Pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar.

4.3.3. Pengaruh Aset Tidak Berwujud terhadap Perilaku Transfer Pricing

Hasil penelitian menunjukkan aset tidak berwujud berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sesuai dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji

t, diketahui variabel aset tidak berwujud menghasilkan nilai t sebesar 1,331 dengan nilai signifikansi 0,186. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap perilaku *transfer pricing* sehingga H3 diterima.

Aset tidak berwujud bukan merupakan sebuah komponen dalam aktivitas operasional yang dapat memberikan dampak terhadap laba perusahaan. Upaya perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* merupakan sebuah langkah dari manajemen perusahaan untuk memainkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan guna menghindari beban pajak yang besar. Oleh karena itu, besarnya aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan tidak mendorong manajer perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

Berdasarkan teori agensi, kesenjangan informasi antara *majority shareholders* dengan *minority shareholders* dapat diminimalisir dengan sebuah informasi-informasi yang dapat memberikan kepercayaan dari *minority shareholders*. Aset tidak berwujud merupakan sebuah informasi tambahan yang disajikan oleh perusahaan guna meminimalisir kesenjangan informasi yang ada. Penyajian informasi aset tidak berwujud dapat menjadi sebuah alat bagi manajemen perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan *minority shareholders* atas kemungkinan terjadinya praktik manipulasi yang dilakukan oleh manajer perusahaan seperti praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ohnuma dan Kato (2015) yang menemukan bukti empiris bahwa aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa transaksi aset tidak berwujud yang tidak mencerminkan praktik *transfer pricing* untuk memindahkan keuntungan ke *negara tax heaven*, akan tetapi untuk menelusuri keberadaan aset tidak berwujud karena keterbatasan informasi untuk menemukan harga yang sebanding dalam kondisi yang sama dan negosiasi dengan negara lain dalam pertukaran informasi juga membutuhkan sumber daya yang besar. Dalam beberapa kasus yang terkait transaksi aset tidak berwujud yang dilakukan perusahaan dan tuntutan yang dilakukan dirjen pajak terhadap perusahaan PT Loreal Indonesia, PT Ford Motor Indonesia dirjen pajak gagal membuktikan karena keterbatasan informasi dan sulitnya menilai transaksi aset tidak berwujud yang akibatnya kasus tersebut dimenangkan oleh PT Loreal Indonesia, PT Halliburton Indonesia dan PT Ford Motor Indonesia (Muhammadi, Ahmed, dan Habib 2016).

5. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan transaksi ke perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa peluang melakukan praktik *transfer pricing* akan meningkat apabila suatu negara menetapkan tarif pajak yang tinggi sehingga perusahaan yang mendapat laba tinggi akan menggeser pendapatannya ke negara yang memiliki tarif pajak rendah atau *tax heaven*.
2. *Tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan kontrol yang besar oleh pemegang saham mayoritas untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan ke negara *tax heaven* melalui harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas ikut menanggung beban yang dikeluarkan.
3. Aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan besarnya aset tidak berwujud tidak mendorong manajer untuk melakukan *transfer pricing*. Kesenjangan informasi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas dapat diminimalisir dengan informasi yang dapat memberikan kepercayaan dari pemegang saham minoritas. Aset tidak berwujud merupakan sebuah informasi tambahan yang disajikan oleh perusahaan untuk meminimalisir kesenjangan informasi yang ada.

5.2. Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian, maka terdapat batasan dalam penelitian dia antaranya adalah pengukuran *transfer pricing* menggunakan penjualan kepada pihak berelasi, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan proksi lain. Selain itu terdapat faktor selain variabel yang digunakan dalam mempengaruhi perilaku *transfer pricing* namun belum ada alat ukurnya yaitu pembelian kepada pihak berelasi, transfer barang dan jasa kepada pihak berelasi, *transfer pricing of intragroup financial arrangements*, dan *transactional taxes*. Saran praktikal yang dapat diberikan adalah diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan yang melakukan *transfer pricing* menggunakan harga yang wajar, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi negara dan pemegang saham minoritas. Saran untuk pemerintah adalah untuk mengevaluasi peraturan terkait *transfer pricing* dan perlindungan kepada pemegang saham minoritas.

Daftar Pustaka

- Claesens, S. D., H. P. L. Simeon, Larry. 2000. *The Separation of Ownership and Control in East Asia*. *Journal of Financial Economics*: 22-33
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., dan E. L. Maydew. 2010. The Effects of Executive on Corporate Tax Avoidance. *The Accounting Review* 85 (4), 28. doi: 10.2308/accr.2010.85.4.1163
- Jensen, M. C., dan W. H. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Manager Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4): 305-360.
- Lo, A. W. Y., R. M. Wong, dan M. Firth. 2010. Tax, Financial Reporting, and Tunneling Incentive For Income Shifting: An Empirical Analysis of the Transfer Pricing Behavior Of Chinese-Listed Companies. *JATA* 32 (2): 26.
- Mangoting, Y. 2000. Aspek Perpajakan dalam Praktik *Transfer pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2 (1): 69-82.
- Maftuchan, A. 2013. *G-20 Transparansi Perpajakan Global : Memperkuat Peran Indonesia dalam Penindakan Praktik Transfer Pricing*.
- Marisa, R., dan E. Wuryani. 2017. Pengaruh Pajak, Bonus plan, *Tunneling Incentive* dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi Unesa* 5(2): 24.
- Mispiyati. (2015). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi dan Investasi* 16 (1): 62-73.
- Muhammadi, A. H., Z. Ahmed, dan A. Habib. 2016 . Multinational Transfer pricing of Intangible Assets: Indonesian Tax Auditor"s Perspectives. *Asian Review of Accounting* 24 (3): 313-337.
- Ohnuma, H., dan K. Kato. 2015. Empirical Examination of Market Reaction to Transfer pricing Taxation Announcement in Press: A Japanese Perspective. *Journal of Modern Accounting and Auditing* 11 (1): 10-26.
- Richardson, G., dan L. Rooman. 2007. Determinants of the Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence From Australia. *Journal of Accounting and Public Policy* 26.
- Saraswati, G. A. R. S., dan I. K. Sujana. 2017. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* pada Indikasi Melakukan *Transfer pricing*. *E-JURNAL AKUNTANSI Universitas Udayana* 19 (2): 29.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Jakarta: Alfabeta.
- Tang, T. Y. H. 2016. Privatization, Tunneling, and Tax Avoidance in Chinese SOEs. *Asian Review of Accounting* 24 (3): 20.