

TAX PLANNING, TUNNELING INCENTIVE AND INTANGIBLE ASSET ON TRANSFER PRICING

Erieka Aliviathul Husna¹, Sartika Wulandari²

^{1&2}Universitas Stikubank Semarang

Email: Erieka.alihusna@gmail.com, sartika_wulan@edu.unisbank.ac.id

ABSTRACT

Transfer Pricing is a company policy in determining transfer prices for divisional transactions both domestically and abroad that have special relationships. a form of tax avoidance tool by shifting or diverting profits by affiliated companies. This study aims to examine the effect of tax planning, tunneling incentives and intangible assets on transfer pricing. The object of this research is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2017 – 2020. The sampling technique used is purposive sampling, obtained 72 observations. The data analysis technique used is the panel data regression analysis method using the Eviews 9 tool. The results of the study conclude that the tax planning and tunneling variables have no effect on transfer pricing. While the intangible asset variable has an effect on transfer pricing. Further research can add other variables such as company size, leverage and others.

Keywords: Transfer pricing; Tax planning; Tunneling incentive; Intangible assets.

PERENCANAAN PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN ASET TIDAK BERWUJUD TERHADAP TRANSFER PRICING

ABSTRAK

Transfer Pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atas transaksi divisional baik dalam negeri maupun luar negeri yang mempunyai hubungan istimewa. salah satu bentuk alat penghindaran pajak dengan menggeser atau mengalihkan keuntungan oleh perusahaan yang berafiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh perencanaan pajak, tunneling incentive dan aset tidak berwujud terhadap transfer pricing. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2017 – 2020. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah purposive sampling, diperoleh data pengamatan sebanyak 72 pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi data panel menggunakan alat Eviews 10. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak dan tunneling tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Sedangkan variabel aset tidak berwujud berpengaruh terhadap transfer pricing. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan, leverage dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Transfer pricing; Perencanaan pajak; Tunneling incentive; Aset tidak berwujud.

PENDAHULUAN

Kemajuan Globalisasi memberikan dampak dan pengaruh yang signifikan di bidang teknologi, informasi, komunikasi, transportasi dan khususnya pada bidang ekonomi dan bisnis. Adanya dampak tersebut, memberikan kesempatan perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya dengan cara melebarkan pasar global baik di dalam negeri maupun di luar negeri (Saraswati & Sujana, 2017). Perluasan lini bisnis dilakukan perusahaan dengan membentuk anak perusahaan atau menambah cabang di berbagai negara menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional dan konglomerasi juga divisionalisasi menciptakan transaksi antar divisi seperti penjualan barang, jasa, lisensi hak, harta tidak berwujud penyediaan pinjaman (Marfuah & Azizah, 2014). Transfer pricing adalah sebuah penentuan harga transfer atas transaksi di perusahaan multinasional dengan menggunakan harga istimewa yang tidak sesuai dengan pasar (Refgia, 2017). Transfer pricing kerap dilakukan pada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Novira et al., 2020) yang memudahkan untuk melakukan kerjasama dan negosiasi dalam kesepakatan penentuan harga.

Salah satu kasus penghindaran pajak yang terjadi adalah PT Adaro Energy Tbk dengan Coaltrade Service International Pte, Ltd Singapura. Berdasarkan laporan investigasi Global Witness yang merupakan lembaga nirlaba internasional menemukan indikasi kecurigaan penggelapan pajak yang dilakukan PT Adaro melalui anak perusahaannya Coaltrade Service International Pte, Ltd. Pajak yang di bayar PT Adaro dari tahun 2009 sampai 2017 USD 125 juta lebih sedikit daripada yang seharusnya dibayarkan di Indonesia. Kronologinya perusahaan batu bara Indonesia PT Adaro melakukan transaksi penjualan kepada anak perusahaannya Coaltrade yang berada di Singapura dengan harga dibawah harga pasar. Kemudian Coaltrade menjual batubara ini dengan harga sesuai harga pasar, hal ini mengakibatkan pendapatan yang diterima Indonesia menjadi rendah dan mengalami kerugian. Temuan selanjutnya, laporan keuangan PT Adaro menunjukkan penerimaan komisi penjualan batubara yang diterima coaltrade sebelum 2009 dengan nilai kisaran USD 4 juta per tahun. Tahun 2009-2017 komisi yang diberikan berubah menjadi USD 55 juta per tahun. Peluang yang seperti ini dijadikan kesempatan untuk coaltrade memperoleh keuntungan besar dengan melakukan pembukuan di Singapura yang notabene tarif pajak yang berlaku lebih rendah daripada Indonesia. Keuntungan perusahaan yang tercatat di Singapura sebagian besar sepertinya sudah di pindahkan di Mauritius yang adalah salahsatu dari anak perusahaan PT Adaro dimana pada saat itu belum dikenakan pajak sama sekali (Melani, 2019).

Adanya kasus PT Adaro menunjukan bahwa terdapat penyalahgunaan harga transfer yang dilakukan perusahaan kepada pihak berelasi. Hubungan istimewa yang terjalin memberikan kebebasan perusahaan menaikkan dan menurunkan harga transfer secara tidak wajar yang tidak sesuai dengan pasar yang ada. Kasus transfer pricing yang dilakukan PT Adaro berpotensi hilangnya pendapatan pajak Indonesia, dikarenakan terdapat praktik pergeseran kewajiban perpajakan dari negara bertarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak rendah (Mulyani et al., 2020). Dari sudut pandang pemerintah transfer pricing merugikan karena menghilangkan penerimaan negar dari sektor pajak. Transfer Pricing pelaksanaannya menguntungkan satu pihak yaitu perusahaan multinasional dan merugikan pihak berlawanan yaitu pemerintah, walaupun terlihat legal tetapi termasuk tindakan yang amoral. Perspektif ini muncul akibat perusahaan multinasional seringkali menggeser kewajiban pajaknya ke perusahaan grup yang beroperasi di wilayah tarif pajak rendah yang sering dikenal sebagai *tax heaven*. berdasarkan sudut pandang bisnis, transfer pricing merupakan strategi mengefisiensi biaya pengeluaran pajak yang dibayarkan perusahaan (Marfuah & Azizah, 2014).

Beban pajak menjadi faktor yang dapat mempengaruhi praktik transfer pricing terjadi, akibat adanya selisih beban pajak di setiap negara ada yang yurisdiksi dan yurisdiksi tinggi yang memotivasi perusahaan multinasional melakukan transfer pricing untuk memperoleh kewajiban pajak minimum (Susanti & Firmansyah, 2018). Tujuan perencanaan pajak adalah meminimalkan beban pajak. Pajak memengaruhi keputusan investasi internasional, penentuan modal dan struktur keuangan karenanya pajak berperan penting terhadap perolehan laba perusahaan (Marfuah & Azizah, 2014). Berbagai penelitian pengaruh pajak terhadap transfer pricing telah banyak dilakukan, (Refgia, 2017); (Saraswati & Sujana, 2017); (Mulyani et al., 2020) memberikan pernyataan pajak berpengaruh positif. Berlawanan dengan (Jafri & Mustikasari, 2018); (Susanti & Firmansyah, 2020) menyatakan pajak berpengaruh negatif. (Mispiyanti, 2015); (Fauziah & Saebani, 2018) menyatakan tidak adanya pengaruh pajak dengan Transfer pricing.

Taktik yang mungkin dilakukan perusahaan dalam praktik transfer pricing adalah pengalihan aset atau disebut dengan Tunneling. Tunneling Incentive merupakan aktifitas pemegang saham mayoritas mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan demi kepentingan pribadi, yang mana biaya yang dibebankan juga di tanggung oleh pemegang saham minoritas (Hartati & Julita, 2014). Mayoritas perusahaan di Indonesia memiliki struktur kepemimpinan yang terkonsentrasi dimana pemegang saham mayoritas akan lebih bebas bertindak mengelola manajemen. Transaksi pihak berelasi dimanfaatkan sebagai oportunitis oleh pemgang saham mayoritas melalui tunneling. Transaksi yang terjadi diantaranya transaksi penjualan dan pembelian guna mentransfer kas atau asset menggunakan harga istimewa demi

kepentingan pemegang saham mayoritas (Mispiyanti, 2015). Penelitian (Jafri & Mustikasari, 2018); (Fauziah & Saebani, 2018) menemukan bahwa tunneling berpengaruh positif terhadap transfer pricing. Tunneling berpengaruh negatif juga ditemukan pada penelitian (Helena et al., 2018).

Era teknologi sekarang, aset tidak berwujud penting dalam menunjang eksistensi dan operasional perusahaan. Manfaat diantaranya penjualan barang atau jasa bertambah sehingga keuntungan meningkat, efisiensi biaya, dan hasil lainnya (Wulandari et al., 2021). Aset tidak berwujud termasuk aset yang susah di deteksi dan dapat didayagunakan untuk kepentingan manajer (Jafri & Mustikasari, 2018). Karakter aset tidak berwujud yang susah untuk dideteksi dan dikur nilai wajarnya. Akibatnya perusahaan berkesempatan untuk mengalihkan aset tidak berwujud ke perusahaan dalam satu grup di wilayah tarif pajak rendah (Richardson et al., 2013). Aset R&D (Research & Developement) salah satu biaya yang di transfer oleh negara bertarif pajak tinggi. Hasil penelitian oleh (Richardson et al., 2013); (Firmansyah & Yunidar, 2020) dan (Novira et al., 2020) bahwa aset tidak berwujud berpengaruh positif. Sedangkan, berbanding terbalik dengan penelitian (Jafri & Mustikasari, 2018); yang menyatakan pengaruh negatif aset tidak berwujud terhadap tranfer pricing. Hal berbeda ditemukan pada penelitian (Wulandari et al., 2021) yang menyatakan aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap transfer pricing.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan hasil penelitian terdahulu, masih terdapat temuan yang berbeda pada variabel yang mempengaruhi transfer pricing khususnya yaitu pajak, Tunneling, dan aset tidak berwujud. Maka dari itu, peneliti tertarik menguji lagi pengaruh variabel perencanaan pajak, tunneling incentive dan aset tidak berwujud terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur Indonesia yang terdaftar di BEI dalam periode 2017 – 2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Hubungan pada perusahaan yang terdiri dari sekumpulan kontrak yang melibatkan prinsipal dan agen (Jensen & Meckling, 1976). Peran hubungan pada teori agensi yaitu manajemen perusahaan sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Hubungan antara agen dan prinsipal mempunyai perbedaan kepentingan yang memungkinkan timbul konflik karena adanya informasi asimetri. Agen yang mempunyai kekuasaan atas pengelolaan manajemen dan keputusan operasional juga memiliki informasi lebih dari prinsipal. Agen mempunyai keuntungan seperti itu, mereka dapat menjadikan peluang untuk mensejahterakan kepentingan mereka. Dari sisi prinsipal mereka hanya sebagai pengawas manajemen yang tidak sepenuh waktu mengawasi operasional manajemen. Keduanya mempunyai kepentingan yang sama yaitu memperoleh keuntungan besar demi kepentingan pribadi masing-masing, sehingga mendorong manajer untuk melakukan tindakan negatif melalui transfer pricing (Susanti & Firmansyah, 2018).

Transfer Pricing

Harga transfer adalah harga yang melekat pada setiap penyerahan barang atau jasa yang transaksinya dilakukan antar divisional perusahaan sendiri atau antar perusahaan lain yang memiliki hubungan relasi yang kuat (Pohan, 2018). Transfer Pricing terjadi dengan adanya hubungan istimewa antar perusahaan, memberikan akses kemudahan kerjasama dan negosiasi menentukan harga transfer. Modus penentuan harga transfer yang dijalankan dalam transfer pricing adalah dengan memanipulasi transaksi yang dibebankan perusahaan yang mempunyai hubungan relasi sehingga total pajak yang dibayarkan rendah (Rahayu 2010 dalam (Saraswati & Sujana, 2017)). Transfer pricing merupakan salah satu upaya perusahaan memaksimalkan keuntungan dengan motif menghindari tarif pajak yang tinggi dengan memanfaatkan *tax heaven country* (Novira et al., 2020).

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak adalah tindakan manajemen merencanakan pajak agar pajak yang dibayarkan tidak terlalu tinggi. Perencanaan pajak merupakan langkah awal untuk manajemen pajak. Perencanaan pajak merupakan tindakan penstrukturan terkait adanya konsekuensi potensi pajaknya, tekananya pada pengendalian transaksi ada konsekuensi pajaknya (Permatasari, 2004). Perencanaan pajak terjadi adanya tujuan untuk merekayasa agar beban dibayarkan rendah dengan memanfaatkan peraturan perpajakan yang berlaku. Secara hakikat ekonomis perencanaan pajak berusaha memaksimalkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dikarenakan, pajak adalah unsur yang dapat mengurangi laba.

Aktivitas perencanaan pajak diperbolehkan selama tidak melanggar peraturan dan masih sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perencanaan pajak dapat terbilang efektif apabila dilakukan sebagai pengurang beban pajak yang wajib dibayar ke negara (Suandy, 2011). Transfer pricing menjadi salah satu upaya penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan mencapai keuntungan besar melalui pergeseran keuntungan dengan praktik transaksi hubungan istimewa di negara yang bertarif pajak rendah.

Tunneling incentive

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan keuntungan perusahaan demi kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas, tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan (Hartati & Julita, 2014).

Tunneling Incentive muncul dalam dua bentuk, yaitu: pertama, pemegang saham mayoritas bisa memindahkan aset dan keuntungan perusahaan ke dirinya pribadi melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Bentuk transaksi yang bisa dilakukan adalah dengan penjualan aset, kompensasi eksekutif yang berlebihan, kontrak harga transfer, pemberian pinjaman dan lain sebagainya. Kedua, pemegang saham mayoritas melakukan peningkatan atas bagiannya dengan menerbitkan saham dilutif atau transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan pemegang saham minoritas mengalami kerugian (Wulandari et al., 2021)

Aset Tidak Berwujud

Aset tidak berwujud merupakan aset tanpa eksistensi fisik yang umur ekonomisnya panjang sangat berguna dalam setiap aktivitas operasi perusahaan. aset yang mempunyai karakter yang keberadaannya sulit dideteksi (Wulandari et al., 2021). Sulitnya aset tidak berwujud untuk dideteksi dengan mudah dimanfaatkan dengan tujuan oportunistik oleh perusahaan melakukan transfer dengan perusahaan berelasi atau dengan anak perusahaan sendiri

Pengembangan Hipotesis

Perencanaan Pajak terhadap Keputusan Transfer pricing

Transfer pricing suatu kebijakan yang dapat dilakukan manajemen dalam meningkatkan laba yang diperoleh. Transfer pricing sebagai bentuk penghindaran pajak dengan pengalihan keuntungan perusahaan yang beroperasi di dua yurisdiksi pajak yg berbeda, dari yang tarif pajak tinggi ke tarif pajak rendah Perusahaan manufaktur melakukan transfer harga guna manajemen pajaknya agar pajak yang dibayarkan minimal. Semakin besar beban pajak, semakin besar upaya perusahaan melakukan transfer keuntungan dengan transfer Pricing (Mulyani et al., 2020). Oleh Karena itu, tingginya beban pajak yang diwajibkan perusahaan maka semakin memicu perusahaan melakukan transfer pricing untuk meminimalkan beban pajak (Fauziah & Saebani, 2018). Penelitian terdahulu yang menunjukan pengaruh positif perencanaan pajak terhadap transfer pricing yaitu (Saraswati & Sujana, 2017); (Noviastika, 2016); (Refgia, 2017) maka dari itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini:

H₁ : perencanaan memberikan pengaruh positif terhadap transfer pricing.

Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing

Tunneling berkaitan dengan perbedaan kepentingan pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas adalah laba yang besar memberikan dorongan manajemen melakukan kegiatan yang negatif seperti transfer pricing. Praktik adanya Pemindahan keuntungan atau aset yang dimiliki perusahaan mengakibatkan perusahaan mengalami penurunan keuntungan, penurunan laba juga ditanggung oleh pemegang saham minoritas yang kesejahteraannya menurun dan menanggung biaya pembebanannya Mutamimah 2008 dalam (Yuniasih et al., 2012). Tunneling dipermudah karena adanya hubungan istimewa setiap perusahaan seperti pada perusahaan multinasional. Perusahaan grup atau konglomerat, pemegang saham mayoritas juga memiliki kepemilikan saham di lain perusahaan yang berelasi. Hal seperti ini memicu tunneling melalui mekanisme harga transfer antar perusahaan dalam kepemilikan yang sama demi keuntungan besar pemegang saham mayoritas. Perusahaan bersedia melimpahkan aset atau keuntungannya ke perusahaan berelasi dalam bentuk transaksi penjualan menggunakan harga yang lebih rendah daripada harga wajar (Susanti & Firmansyah, 2018). Jadi, kemudahan perusahaan dalam transfer profit pada pihak berelasi, semakin mendorong manajer melakukan transfer pricing. Dugaan sementara ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Mispiyanti, 2015); (Refgia, 2017); (Saraswati & Sujana, 2017). Berdasarkan uraian diatas , hipotesis yang diajukan:

H₂ : Tunneling incentives memberikan pengaruh positif terhadap transfer pricing.

Aset tidak berwujud terhadap keputusan Transfer Pricing

Aset tidak berwujud juga menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya praktik transfer pricing. Praktik perusahaan melakukan pembayaran atas merk dagang, hak paten, teknologi dan aset tidak berwujud lainnya dalam bentuk royalti kepada pihak dengan relasi yang kuat (Novira et al., 2020). Karakter aset tidak berwujud yang sulit di deteksi dan diukur nilai wajarnya memberikan peluang bagi perusahaan multinasional untuk melakukan transfer aset tidak berwujud untuk kepentingan mereka. Pendistribusian aset tidak berwujud di grup perusahaan berelasi yang operasinya berada di negara bertarif pajak tinggi didistribusikan ke perusahaan yang berada di tarif pajak rendah. (Dudar, Spengel, dan

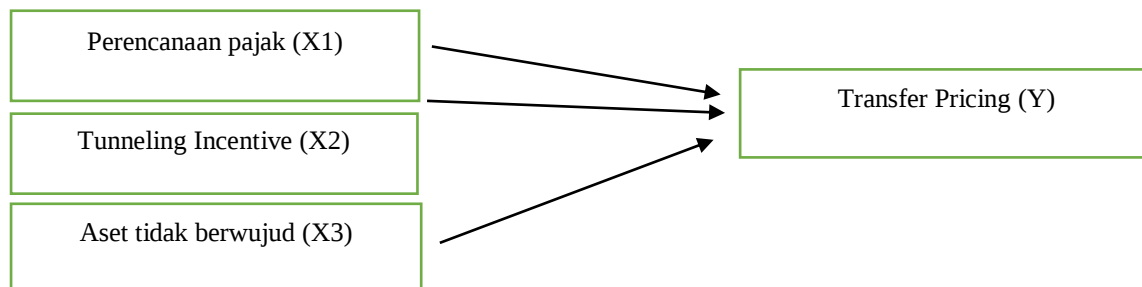
Voget 2015 dalam (Novira et al., 2020). Aset tidak berwujud yang sering terjadi pengalihan kekayaan intelektual antar grup yaitu biaya penelitian dan pengembangan (Wulandari et al., 2021). Demikian, semakin tinggi nilai

aset tidak berwujud milik perusahaan, semakin memicu perusahaan melakukan transfer pricing. Aset tidak berwujud berpengaruh positif menurut hasil penelitian dari (Firmansyah & Yunidar, 2020); (Novira et al., 2020) sedangkan menurut hasil penelitian (Jafri & Mustikasari, 2018) menerangkan bahwa aset tidak berwujud tidak berpengaruh untuk keputusan transfer pricing.

H₃: Aset tidak berwujud memberikan pengaruh positif terhadap transfer pricing.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini tertuang dalam bentuk bagan yang telah menggambarkan bagaimana arah penelitian ini berjalan secara logis.



Sumber : olah data (2022)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Tabel 1: Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	
1. Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah mempublikasikan Laporan Keuangan pada periode 2017 – 2020	158
2. Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan nya dengan mata uang Rupiah	(19)
3. perusahaan Manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2017 - 2020	(57)
4. Perusahaan yang tidak mempunyai hubungan istimewa bentuk transaksi penjualan dan piutang terhadap pihak berelasi	(29)
5. perusahaan yang mencatat adanya aset tak berwujud	(35)
Jumlah Perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel	(18)

Sumber: olah data 2022

Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Objek penelitian yang diteliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel bebas yang menjadi objek penelitian adalah perencanaan pajak, tunneling incentive, dan aset tidak berwujud. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah harga transfer atau transfer pricing.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode pengamatan pada penelitian ini adalah empat tahun dimulai dari tahun 2017 sampai tahun 2020.

Sampel penelitian ditentukan dengan pendekatan purposive sampling dimana sampel yang digunakan adalah sampel yang memenuhi kriteria tertentu dan memiliki data lengkap sesuai variabel yang dibutuhkan. Beberapa kriteria yang ditetapkan dalam pemilihan sampel untuk penelitian ini. (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan keuangannya pada periode 2017 – 2020. (2) Perusahaan manufaktur yang dalam penyajian laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah karena perubahan nilai kurs yang fluktuatif. (3) Perusahaan manufaktur yang mempunyai transaksi penjualan pihak berelasi dan piutang berelasi, juga dalam laporan keuangan

menyajikan aset tidak berwujud untuk melengkapi data yang dibutuhkan pada variabel penelitian. (4) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian pada periode pengamatan karena jika perusahaan rugi maka tidak wajib melakukan pembayaran pajak jadi kurang relevan memenuhi sampel.

Definisi Operasional Variabel

Transfer Pricing

Transfer pricing diproses dengan membagi penjualan pihak berelasi dengan penjualan pihak tidak berelasi

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Penjualan pihak berelasi}}{\text{penjualan pihak tidak berelasi}}$$

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 (Dyreg et al., 2010).

$$\text{Cash ETR} = \frac{\text{Cash tax paid}}{\text{pretax book income}}$$

Pretax book income = Pendapatan sebelum pajak adalah pendapatan perusahaan yang tersisa setelah semua biaya operasional, termasuk bunga dan depresiasi, telah dikurangkan dari total penjualan atau pendapatan, tetapi sebelum pajak pendapatan dikurangi. Laba sebelum pajak memberikan wawasan tentang kinerja keuangan perusahaan sebelum dampak pajak. *Cash tax paid* adalah jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan pada tahun *t* berdasarkan laporan keuangan perusahaan. *Pretax income*, adalah pendapatan sebelum pajak untuk perusahaan *i* pada tahun *t* berdasarkan laporan keuangan perusahaan (Jafri & Mustikasari, 2018).

Tunneling Incentive

Tunneling incentive merupakan tindakan pemegang saham pengendali dalam pengalihan aset dan keuntungan perusahaan. Tunneling adalah rasio perhitungan yang digunakan untuk melihat nilai aset yang disalahgunakan melalui piutang pihak berelasi, sehingga dapat dianalisa dengan perilaku *transfer pricing*.

$$\text{Tunneling incentive} = \frac{\text{piutang pihak berelasi}}{\text{total aset}}$$

Aset tidak Berwujud

Aset tidak berwujud menurut PSAK No.19 revisi 10 aset tidak berwujud aset tidak berbentuk dan aset tidak lancar yang dapat memberikan hak hukum dan ekonomi kepada pemiliknya dan di penyajian laporan keuangan terpisah dalam klasifikasi aset lain. Aset ini dapat menghasilkan barang dan jasa dan dapat disewakan pada pihak lain dengan tujuan administratif. Aset tidak berwujud menggambarkan bagaimana perusahaan memanfaatkan transaksi aset tidak berwujud, baik secara kekayaan intelektual maupun pengeluaran penelitian dan pengembangan (Firmansyah & Yunidar, 2020).

$$\text{Aset tidak berwujud} = \frac{\text{aset tidak berwujud}}{\text{total penjualan}}$$

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapatkan dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2020. Proses pemilihan sampel penelitian terdapat 155 perusahaan, terpilihlah 18 perusahaan selama empat periode artinya terdapat 72 data observasi yang sesuai dengan kriteria pengamatan untuk kemudian analisis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Regresi data panel merupakan gabungan antara data cross section dan data time series. Analisis regresi data panel yaitu untuk mengetahui ketergantungan variabel dependen dengan variabel independen, untuk mengestimasi berapa rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang sudah diketahui. Maka dengan kata lain, data panel merupakan data dari beberapa individu sama yang diamati dalam kurun waktu tertentu. Data diolah dengan menggunakan *software microsoft office excell* dan *evIEWS 9*.

Terdapat tiga model pendekatan pada regresi data panel yaitu: 1. *Common effect model* (CEM); 2. *Fixed effect common* (FEM); 3. *Random effect model* (REM). Selanjutnya dilakukan pengujian pendekatan dengan beberapa

uji. Pengujian pertama menggunakan model uji chow yaitu uji perbandingan untuk memilih antara CEM dengan FEM. Kemudian yang kedua melakukan uji Hausmann dimana membandingkan untuk memilih FEM dengan REM.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, maksimum, varian dan range.

Analisis Regresi Data Panel

Terdapat tiga model pendekatan pada regresi data panel yaitu: 1. *Common effect model* (CEM); 2. *Fixed effect common* (FEM) ; 3. *Random effect model* (REM).

Selanjutnya dilakukan pengujian pendekatan dengan beberapa uji.

uji chow dilakukan yaitu uji perbandingan untuk memilih antara CEM dengan FEM.

H0 = *Common effect model* (CEM)

H1 = *Fixed effect common* (FEM)

uji Hausmann dimana membandingkan untuk memilih FEM dengan REM.

H0 = *Random effect model* (REM)

H1 = *Fixed effect common* (FEM)

Uji Larange Multiplier (LM) dimana uji terakhir membandingkan antara uji CEM dengan uji REM

H0 = *Common effect model* (CEM)

H1 = *Random effect model* (REM)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2: Pengujian Statistik Deskriptif

	C	TP	PAJAK	TUN	ITNG
Mean	1.000000	0.103472	0.255139	0.018056	0.056806
Median	1.000000	0.050000	0.250000	0.010000	0.010000
Maximum	1.000000	0.730000	0.510000	0.140000	0.960000
Minimum	1.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Std. Dev.	0.000000	0.159402	0.109454	0.026036	0.139736

Sumber: Olah data eviews 9

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui variabel transfer pricing memiliki nilai minimum 0,000000 dan nilai maksimum sebesar 0,730000 standar deviasi nya sebesar 0,159402 nilai rata rata sebesar 0,103472. Variabel perencanaan pajak mempunyai standar deviasi 0,109454 dengan rata rata 0,255139 juga mempunyai nilai minimum 0,000000 dan nilai maksimum 0,510000. Variabel selanjutnya tunneling incentive mempunyai rata rata 0,018056 standar deviasi 0,026036 nilai terendahnya 0,000000 dan tertinggi 0,140000. Variabel terakhir adalah aset tidak berwujud nilai minimum 0,000000 dan maksimum 0,960000 dengan rata rata 0,056806 dan standar deviasi 0,139736.

Uji Chow

Tabel 3 : Uji Chow

Uji Chow			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	109.632502	(17,51)	0.0000
Cross-section Chi-square	261.037299	17	0.0000

Sumber : Olah data eviews 9

Pengujian tahap pertama dengan melakukan uji chow, dilihat pada tabel 3 diatas nilai probabilitas nya diketahui sebesar $0,0000 < \text{dari nilai signifikansi alpha } 5\% (0,05)$. Artinya H1 diterima, sehingga model yang terpilih adalah model *Fixed effect model* (FEM). Kemudian dilakukan uji selanjutnya menggunakan uji hausman.

Uji Hausmann

Tabel 4 : Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.274431	3	0.0636

Sumber : Olah data evIEWS 9

Berdasarkan tabel 4 uji Hausman menghasilkan nilai probabilitas 0,0636 > dari nilai signifikansi 0,05 berarti H_0 diterima, sehingga *Random effect model* (REM) yang terpilih. Setelah melakukan kedua uji diatas ternyata menunjukkan dua hasil pendekatan terpilih yang berbeda. Maka, perlu dilakukan uji kembali yaitu menggunakan uji Lagrange Multiplier (LM).

Uji Lagrange Multiplier (LM)

Tabel 5 : Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	78.19160 (0.0000)	1.970753 (0.1604)	80.16235 (0.0000)

Sumber : Olah data evIEWS 9

Uji Lagrange Multiplier (LM) menghasilkan nilai both Breusch-Pagan sebesar 0,0000 < dari 0,05 memiliki arti bahwa model pendekatan yang terpilih yaitu *Random effect model* (REM). Dari ketiga uji yang telah dilakukan yaitu uji Chow, uji Hausmann, dan uji Lagrange Multiplier (LM) maka, selanjutnya analisis menggunakan pendekatan *Random effect model* (REM).

Uji REM pada penelitian ini merupakan model terbaik untuk penelitian ini akan digunakan untuk analisis regresi linier berganda data panel. Hasil *Random effect model* (REM) dapat dilakukan pengujian selanjutnya yaitu uji hipotesis diantaranya uji koefisien determinasi, uji T dan uji F.

Tabel 6 : Random Effect Model (REM)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.078340	0.034962	2.240716	0.0283
PAJAK	0.057517	0.036521	1.574912	0.1199
TUN	0.242483	0.219235	1.106044	0.2726
ITNG	0.107012	0.031980	3.346191	0.0013
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.139578	0.9643
Idiosyncratic random			0.026837	0.0357
Weighted Statistics				
R-squared	0.138730	Mean dependent var		0.009902
Adjusted R-squared	0.100733	S.D. dependent var		0.029176
S.E. of regression	0.027668	Sum squared resid		0.052055
F-statistic	3.651065	Durbin-Watson stat		0.995692
Prob(F-statistic)	0.016717			

Sumber : Olah data evIEWS 9

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa luas kemampuan suatu model dalam memberikan informasi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat nilai Adjusted R-square 0,100733. Sebesar 10,7 % teridentifikasi bahwa variabel independen perencanaan pajak, tunneling

dan aset tidak berwujud berkontribusi pada penelitian ini, sisanya sebesar 89,3% dijelaskan oleh faktor lain selain yang ada di penelitian ini.

Uji F

Uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan suatu variabel independen terhadap dependen. Berdasarkan tabel 6 diatas, nilai F hitung 3,65 lebih besar dari Ftabel 0,117 dengan nilai prob 0,016 < dari alfa 0,05 dengan demikian menjelaskan bahwa variabel perencanaan pajak, tunneling incentive dan aset tidak berwujud secara simultan bersama-sama mempengaruhi variabel transfer pricing dengan itu model ini baik digunakan.

Uji statistik hipotesis (uji T)

Dari hasil analisis uji t diketahui nilai koefisien positif 0.057517 t hitung 1.574912 dan t tabel 1,98729 lebih besar t tabel dengan nilai prob. 0.1199 > nilai signifikansi 0,05. Hal ini memiliki arti bahwa tidak berpengaruh antara variabel perencanaan pajak dengan variabel transfer pricing maka, dalam penelitian ini H1 ditolak.

Teori agensi menimbulkan beda informasi antara manajemen dengan pemerintah (aparatur perpajakan). Aparatur perpajakan menginginkan transaksi yang terjadi antar divisi atau antar perusahaan grup tetap mengacu terhadap harga pasar yang wajar (Santoso, 2004). Transaksi berlangsung antara pihak berelasi atau pihak independen menggunakan harga yang sama tidak menggunakan negosiasi untuk mendapatkan harga khusus. Sedangkan manajemen menginginkan supaya perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar. Perusahaan berelasi memanfaatkan kelebihannya merekrut tindakan transfer pricing guna mengalihkan kewajiban pajak ke negara lain dengan berbagai alasan dan dalih atas kegiatan tersebut (Santoso, 2004). Mekanisme pengalihan kewajiban pajak dilakukan dari perusahaan yang beroperasi di wilayah tarif pajak tinggi ke wilayah tarif pajak rendah. Oleh karena itu, aparat pajak memandang secara objektif tujuan transfer pricing sebagai bentuk penghindaran pajak. Sedangkan manajemen melakukan transfer pricing memperbanyak keuntungan. Kegiatan koreksi pajak terdapat dua hal yang dasar perlu diperhatikan supaya dugaan terhadap transfer pricing mendapat justifikasi yang kuat sehingga praktik transfer pricing dapat diminimalisir. kedua hal tersebut adalah hubungan istimewa atau afiliasi dan prinsip kewajaran (Marfuah & Azizah, 2014).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispriyanti (2015), Marfuah (2014), Wardani (2018) dan Fauziyah (2018). Dalam perkembangannya, upaya perusahaan dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dapat dilakukan melalui manajemen pajak (Suandy, 2011). Perusahaan dalam mengelola biaya pajak bisa ditekan seminimal mungkin agar semakin meningkatkan persaingan dan efisiensi dengan cara penataan kewajiban perpajakan. Manajemen pajak mempunyai tujuan yang selaras dengan manajemen keuangan yaitu dapat memperoleh laba yang memadai dan likuiditas keuangan (Suandy, 2011). Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Noviastika, 2016); (Refgia, 2017); (Saraswati & Sujana, 2017) yang dalam penelitian mereka menghasilkan hasil positif untuk pajak terhadap transfer pricing.

Berdasarkan analisis uji t tercatat nilai koefisien 0.242483, t hitung 1.106044 < t tabel 1,98729 dengan prob. 0.2726 > dari nilai signifikansi 0,05. Artinya, tidak terdapat pengaruh tunneling incentive terhadap transfer pricing. Jadi, dalam penelitian ini H2 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mulyani et al., 2020) yang menyatakan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Sedangkan, hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian (Jafri & Mustikasari, 2018); (Mispriyanti, 2015); (Refgia, 2017); (Saraswati & Sujana, 2017) yang menyatakan hasil tunneling incentive berpengaruh positif terhadap transfer pricing. Pemegang saham mayoritas akan berpikir dua kali dalam melakukan ekspropriasi kepada pemegang saham minoritas dikarenakan pemegang saham mayoritas yang paling merasakan dampak negatif jika terjadi penurunan nilai perusahaan. Pemegang saham mayoritas akan menjaga menjaga citra perusahaan dengan tidak melakukan transfer pricing agar menarik perhatian investor dalam menanamkan dananya. Besarnya saham yang dimiliki belum tentu dapat melakukan kontrol sepenuhnya atas operasional perusahaan.

Muncul konflik antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas terhadap tindakan pengalihan keuntungan atau aset demi kepentingan pribadi menggunakan harga tidak wajar oleh pemegang saham mayoritas. Tindakan tersebut sangat merugikan pemegang saham minoritas karena ikut menanggung kerugian atau pemerintah berkuangnya penerimaan pajak negara.

H₃ pengaruh aset tidak berwujud terhadap transfer pricing

Analisis uji t pada penelitian ini diketahui nilai koefisien 0.107012, t hitung 3.346191 > t tabel 1,98729 dengan nilai prob. 0.0013 < nilai signifikansi 0,05. Disimpulkan, bahwa aset tidak berwujud berpengaruh positif signifikan terhadap transfer pricing. Dengan demikian, H₃ diterima untuk penelitian ini.

Hasil aset tidak berwujud positif signifikan sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Susanti & Firmansyah, 2020); (Firmansyah & Yunidar, 2020); (Novira et al., 2020) akan tetapi, hasil ini berlawanan dengan hasil penelitian (Jafri & Mustikasari, 2018). Aset tidak berwujud yang sukar untuk dideteksi menjadikan peluang perusahaan berelasi mengeeser kewajiban membayar aset tidak berwujud dalam bentuk royalti dimana perusahaan di wilayah tarif pajak tinggi mengalihkan kewajibannya ke perusahaan di wilayah bertarif pajak rendah. Hal ini mendorong manajemen perusahaan melakukan transfer pricing untuk memperbesar keuntungan yang diperoleh.

PENUTUP

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dasar ilmiah yang berkaitan dengan pengaruh variabel perencanaan pajak, tunneling incentives dan aset tidak berwujud terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode 2017 – 2020.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan penelitian yaitu variabel perencanaan pajak memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap transfer pricing, hal ini dikarenakan dalam merencanakan pajaknya tidak selalu harus menggunakan tindakan transfer pricing yang legal peraturannya tetapi amoral tindakannya. Manajemen dalam meminimalkan beban pajaknya dapat melakukan penekanan biaya pajak seoptimal mungkin untuk meningkatkan daya saing perusahaan dan efisiensi. Variabel tunneling incentive memiliki hasil tidak berpengaruh terhadap transfer pricing. Pemegang saham mayoritas akan menjaga citra perusahaan dimata para investor yang menanamkan modal dengan tidak melakukan transfer pricing. Sedangkan variabel aset tidak berwujud memiliki pengaruh positif terhadap tindakan transfer pricing. Perusahaan memaksimalkan labanya dengan menekan biaya pajak yaitu royalti dengan mengalihkan kewajiban pembayaran pajak ke anak perusahaan yang berada di wilayah tarif pajak rendah. Untuk peneliti selanjutnya, agar menambah variabel bebas yang menjadi faktor terjadinya transfer pricing seperti, ukuran perusahaan, leverage, dan faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dyreg, S. D., Hanlon, M., & L., M. E. (2010). The Effects of Executives on Corporate Tax Avoidance. *The Accounting Review*, 85(4), 1163–1189.
- Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 18(1A), 115–128.
- Firmansyah, A., & Yunidar, A. (2020). Financial Derivatives, Financial Leverage, Intangible Assets, and Transfer Pricing Aggressiveness: Evidence from Indonesian Companies. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 1–14. <http://jurnal.unsyiah.ac.id/JDAB/article/view/15334/pdf>
- Hartati, W., & Julita, D. (2014). Tax Minimization, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Seluruh Perusahaan yang Listing di BEI). *Jurnal SNA 17 Mataram, Lombok*.
- Helena, R., Firmansyah, A., Keuangan Negara STAN, P., Bintaro Utama Sektor, J. V., & Jaya Tangerang Selatan, B. (2018). *Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi pada Perusahaan-Perusahaan Salim Group yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. 3(Desember), 185–196.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). 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. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156–165. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art6>
- Melani, A. (2019). *Tanggapan DJP Soal Dugaan Adaro Hindari Pajak Lebih Besar*. Liputan6.Com.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing*, 16(1), 62–73.
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 171–181. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.756>
- Noviastika, dkk. (2016). Transfer pricing happen on the company with high profit purpose and using tax avoidance become the a to fulfil it . Ownership stucture is also affect management to transfer wealth the themeself or to majority stakeholder . The company that applying good c. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9.

- 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.
- Permatasari, P. (2004). Transfer Pricing Sebagai Salah Satu Strategi Perencanaan Pajak Bagi Perusahaan Multi Nasional. *Bina Ekonomi*, 8(1). <https://doi.org/10.26593/be.v8i1.624.%p>
- Pohan, C. A. (2018). *Pedoman Lengkap Pajak Internasional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 543–555.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness: Empirical Evidence from Australian Firms. *ScienceDirect*, 9(2), 136–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.06.002>
- Santoso, I. (2004). Advance Pricing Agreement Dan Problematika Transfer Pricing Dari Perspektif Perpajakan Indonesia. *Advance Pricing Agreement Dan Problematika Transfer Pricing Dari Perspektif Perpajakan Indonesia*, 6(2), 123–139. <https://doi.org/10.9744/jak.6.2.pp.123-139>
- 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.
- Suandy, E. (2011). *Dasar-dasar Perencanaan Pajak* (5th ed.). Salemba Empat.
- Susanti, A., & Firmansyah, A. (2018). Determinants of transfer pricing decisions in Indonesia manufacturing companies. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 22(2), 81–93. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol22.iss2.art1>
- Susanti, A., & Firmansyah, A. (2020). Determinants of transfer pricing decisions in Indonesia manufacturing companies. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 22(2), 51–56. <https://doi.org/xx.xxxxx/JAPA/xxxxx.%0A>
- Wulandari, S., Oktaviani, R. M., & Hardiyanti, W. (2021). *Transfer Pricing dari Prespektif Perencanaan Pajak, Tunneling Incentives dan Aset tidak Berwujud*. 9(2), 152–162.
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). *Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. 1–23.