

# Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Kepatuhan Pajak Dengan Pertumbuhan Penjualan Sebagai Variabel Moderasi

Alfira Farahiyah<sup>1\*</sup>, Novrys Suhardianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Airlangga

<sup>1</sup>[alfira.farahiyah-2022@feb.unair.ac.id](mailto:alfira.farahiyah-2022@feb.unair.ac.id), <sup>2</sup>[novrys@feb.unair.ac.id](mailto:novrys@feb.unair.ac.id)

\*Corresponding Author

Diajukan : 8 November 2023  
Disetujui : 24 November 2023  
Dipublikasi : 1 April 2024

## ABSTRACT

*This research aims to provide empirical evidence of the influence of transfer pricing on tax compliance with sales growth as a moderating variable. The population used in this research is all non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2015-2019 period. The sample in this research was 1202 companies using purposive sampling with criteria written by the researcher. This research uses quantitative methods by conducting descriptive tests, correlation tests, and multiple linear regression tests using Stata 14. The results of this research indicate that transfer pricing has a negative influence on tax compliance. On the other hand, the research results show that sales growth cannot moderate the effect of transfer pricing on tax compliance. Thus, the results of this research do not support the legitimacy theory which states that companies always try to gain legitimacy or good recognition from stakeholders for the sustainability of the company's business. This research also uses control variables that represent company characteristics. The control variables of this research are profitability (ROA), company size (SIZE), and Leverage (LEV). Of these three variables, ROA in this study has a significant negative effect on tax compliance and company size in this study has a significant negative effect on tax compliance.*

**Keywords:** *Transfer Pricing, Tax Compliance, Sales Growth, Legitimacy Theory*

## PENDAHULUAN

Sumber pendapatan negara terbesar berasal dari pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak orang pribadi dan badan yang digunakan untuk mendanai semua pengeluaran negara, baik untuk pengeluaran harian maupun pembangunan (Mahanani et al., 2017). Tingkat kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi penerimaan pajak suatu negara (Chau & Leung, 2009). Penerimaan pajak di Indonesia dapat dikatakan belum optimal karena belum bisa memenuhi target yang ditetapkan. Adanya praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak merupakan salah satu kendala yang dialami oleh pemerintah dalam upaya tersebut (Putri & Mulyani, 2020). Tingkat ketidakpatuhan pajak sebuah perusahaan yang dapat merugikan negara dapat terlihat dari penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Kepatuhan wajib pajak adalah wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku dan menjalankan hak perpajakannya dengan benar (Andhini, 2017).

Teori legitimasi menyatakan bahwa orientasi sistem pengelolaan perusahaan adalah keberpihakan pada masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray et al, 1996). Menurut (Hidayati & Murni, 2009) perusahaan berupaya untuk mendapatkan legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Upaya perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah salah satunya adalah dengan kepatuhan perusahaan pada pajak. Dengan mematuhi regulasi perpajakan, perusahaan akan terhindar dari biaya tidak bernilai tambah seperti

diperiksa otoritas pajak, denda pajak, atau reputasi buruk.

Globalisasi saat ini membuka jalan bagi perusahaan untuk mendirikan anak perusahaan terafiliasi maupun usaha patungan yang lebih mudah (Amidu et al., 2019). Struktur perusahaan yang awalnya berbasis dari satu negara menjadi berbasis internasional sehingga berakibat adanya interaksi regulasi perpajakan antar negara (Nadhifah & Arif, 2020). Hal tersebut menciptakan peluang bagi perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajaknya dengan memanfaatkan celah yang ada karena perbedaan ketentuan dan perbedaan tarif pajak sehingga perusahaan berupaya melakukan pengalihan laba melalui skema *transfer pricing* (Dharmawan et al., 2017). Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan bisa menghadapi situasi menantang ketika harus memilih mematuhi pajak atau melewati peluang mengalihkan laba kena pajak ke pihak terafiliasi demi mengakumulasi laba. Ketika memiliki untuk peluang melakukan *transfer pricing*, loyalitas perusahaan mendapatkan legitimasi pemerintah terbuka untuk diuji. Potensi perusahaan melakukan *transfer pricing* dapat mempengaruhi kepatuhannya terhadap pemerintah dengan cara patuh pada pajak. *Transfer pricing* bisa dilakukan perusahaan untuk mengalihkan laba kena pajak di Indonesia ke negara lain yang bertarif pajak lebih rendah.

Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD, 2017) *transfer pricing* adalah harga yang ditentukan perusahaan multinasional dalam transaksi antar anggota grup, dimana harga tersebut dapat menyimpang dari harga wajar di pasar sepanjang sesuai bagi grupnya. *Transfer pricing* ialah istilah yang dipakai pada sebuah proses dan penentuan harga atas jasa dan/atau aset yang diserahkan oleh lawan transaksi yang memiliki hubungan istimewa pada perusahaan multinasional, karena transaksi tersebut melewati dua otoritas perpajakan yang berbeda pada setiap negara (Li & Paisey, 2007).

Beberapa penelitian terdahulu ada yang menyatakan *transfer pricing* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak ((Amidu et al., 2019; Herianti & Chairina, 2019) yang berarti juga berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak karena semakin banyak praktik *transfer pricing* yang dilakukan, maka semakin besar perusahaan tersebut terindikasi sedang menghindari pajak yang seharusnya menjadi kewajibannya dan berarti tingkat kepatuhan pajak semakin rendah. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Falbo & Firmansyah, 2018; Nadhifah & Arif, 2020; Sitorus & Widiyantoro, 2019) menyatakan *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap aktivitas penghindaran pajak, yang juga menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak memengaruhi tingkat kepatuhan pajak. Kegiatan *transfer pricing* dilakukan dengan melakukan transaksi dengan perusahaan aliansi yang berada di luar negeri, sehingga keuntungan berkurang dan beban pajak berkurang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *transfer pricing* terhadap kepatuhan pajak dan apakah pertumbuhan penjualan dapat memoderasi pengaruh *transfer pricing* terhadap kepatuhan pajak.

## STUDI LITERATUR

### Kepatuhan Pajak

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan pajak yang diukur dengan Current Effective Rate (*CUETR*). Peneliti menggunakan pengukuran ini karena *CUETR* menggambarkan besar/kecilnya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Kesesuaian jumlah kewajiban pajak dengan perhitungan sebenarnya dan besar/kecilnya pajak merupakan beberapa indikator kepatuhan pajak (Widodo, 2010). Peneliti menggunakan proxy *Current Effective Rate (CUETR)* menurut Yorke et al. (2016) dalam penelitian (Amidu et al., 2019) yaitu :

$$CUETR = \frac{\text{Corporate Tax Expense} - \text{Deferred Tax Expense}}{\text{Net Profit Before Tax}}$$

### Transfer Pricing

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Perusahaan dikategorikan melakukan *transfer pricing* apabila melakukan minimal salah satu dari kriteria dibawah. Kriteria dalam penelitian ini mengadopsi penelitian (Amidu et al., 2019) yang merumuskan 5 (lima) indeks untuk mengukur agresivitas suatu perusahaan dalam menetapkan harga transfer, meliputi:

1. Memiliki anak perusahaan (*subsidiary*) atau anak perusahaan saudara (*sibling subsidiary*) di negara surga pajak (*tax haven country*);
2. Bertransaksi dengan anak perusahaan (*subsidiary*) atau anak perusahaan saudara (*sibling subsidiary*) di negara surga pajak (*tax haven country*);
3. Memiliki perusahaan orang tua (*parent*), anak perusahaan (*subsidiary*) atau anak perusahaan saudara (*sibling subsidiary*) di negara dengan tarif pajak yang berbeda selain negara surga pajak (*tax haven country*);
4. Bertransaksi dengan pihak berelasi yang berada di negara dengan tarif pajak yang berbeda; dan
5. Pembayaran royalti terkait aset tak berwujud antara pihak-pihak terkait.

Variabel ini diukur dengan variable dummy, pada masing-masing poin diberi skor 1 atau 0, kemudian skor dijumlahkan lalu dibagi 5. Bila perusahaan melakukan semua kriteria diatas akan mendapat skor maksimal yaitu 1 dan sebaliknya, jika perusahaan tidak melakukan satupun kriteria diatas maka mendapat skor 0.

### Pertumbuhan Penjualan

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari setiap tahunnya dan dengan meningkatnya penjualan perusahaan memungkinkan untuk lebih meningkatkan kapasitas mekanisme perusahaan (Aprianto & Dwimulyani, 2019). Pengukuran pertumbuhan penjualan mengadopsi dari penelitian (Hidayat, 2018) dengan formula sebagai berikut:

$$SG = \frac{sales_t - sales_{t-1}}{sales_{t-1}}$$

### Profitabilitas (ROA)

Profitabilitas dihitung dari rasio antara laba bersih tahun berjalan dengan total aset dan memiliki hubungan positif dengan penghindaran pajak (Mahdiana & Amin, 2020), yang berarti profitabilitas memiliki hubungan negatif dengan kepatuhan pajak. Variabel ini diukur menggunakan proxy yang digunakan oleh (Mahdiana & Amin, 2020) yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$$

### Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran perusahaan menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan dan memiliki hubungan positif dengan penghindaran pajak (Darmawan & Sukartha, 2014), yang berarti tinggi atau besarnya ukuran perusahaan membuat tingkat kepatuhan pajaknya menjadi rendah. Proksi yang digunakan untuk variabel ini mengadopsi proksi yang digunakan oleh (Darmawan & Sukartha, 2014) yaitu:

$$SIZE = \ln(\text{Total Asset})$$

### Leverage (LEV)

Leverage memiliki hubungan negatif dengan penghindaran pajak (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016) yang berarti leverage memiliki hubungan positif dengan tingkat kepatuhan pajak. Perhitungan leverage menggunakan rasio perbandingan dengan membagi jumlah hutang pada total aset perusahaan sesuai dengan penelitian (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016) yaitu:

$$LEV = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Dengan adanya berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan ketidakkonsistenan hasil yang diperoleh apakah *transfer pricing* berpengaruh terhadap kepatuhan pajak atau tidak, maka peneliti mengusulkan hipotesis :

**H1: *Transfer pricing* berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pajak.**

Penelitian ini menduga bahwa ketidakkonsistenan hubungan antara *transfer pricing* dan kepatuhan pajak dipengaruhi oleh insentif perusahaan melakukan penghindaran pajak. Secara spesifik, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi memiliki insentif untuk melakukan tindakan ketidakpatuhan atas pajak dan menggunakan *transfer pricing* untuk menyalurkan potensi penghasilan kena pajaknya ke negara lain yang tarif pajaknya rendah. Oleh sebab itu, variabel pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini.

Pertumbuhan penjualan dalam suatu perusahaan sangat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan laba (Rizki & Fuadi, 2019). Hal tersebut sejalan dengan strategi *transfer pricing*, dimana perusahaan akan berusaha memodifikasi laba baik melalui transaksi antar pihak berelasi maupun transaksi lain dengan satu tujuan yaitu meminimalkan beban pajak (Nadhifah & Arif, 2020). Pertumbuhan penjualan merupakan alat ukur yang menunjukkan tingkat penjualan antara tahun sebelumnya dengan tahun berjalan (Aprianto & Dwimulyani, 2019). Dari pertumbuhan penjualan pada tiap perusahaan, dapat diketahui keberhasilan tingkat penjualan pada perusahaan tersebut (Setiyanto & Nurzilla, 2019).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berhubungan positif dengan penghindaran pajak (Lestari et al., 2018; Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016). Hasil penelitian yang didapatkan menyatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan yang dimiliki, maka tingkat kepatuhan pajak yang dimiliki perusahaan tersebut semakin rendah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan (PUSPITA & FEBRIANTI, 2018) menemukan hasil yang berbeda yaitu pertumbuhan penjualan berhubungan negatif dengan penghindaran ini. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tingginya pertumbuhan penjualan maka aktivitas penghindaran pajak semakin berkurang, hal ini menyebabkan tingkat kepatuhan akan pajaknya semakin tinggi. Selain itu hasil berbeda juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Aprianto & Dwimulyani, 2019; Mahanani et al., 2017; Oktaviyani & Munandar, 2017) menunjukkan penghindaran pajak tidak dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, yang berarti juga tidak memengaruhi tingkat kepatuhan pajak sebuah perusahaan. Pertumbuhan penjualan tinggi yang dimiliki perusahaan belum tentu menghasilkan laba yang tinggi karena tingginya pertumbuhan penjualan pasti diikuti pengeluaran, belanja, dan beban perusahaan yang tinggi pula sehingga tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap perusahaan untuk melakukan aktivitas penghindaran pajak (Mahanani et al., 2017).

Dalam kaitannya dengan kepatuhan pajak kemungkinan yang dapat terjadi ialah tingginya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan efek *transfer pricing* sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak semakin tinggi atau semakin rendah tingkat kepatuhan pajak perusahaan. Hal itu dapat terjadi karena peningkatan pertumbuhan penjualan perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar volume penjualan maka akan semakin banyak pula keuntungan yang dihasilkan (Perdana, 2013) dan meningkatnya keuntungan yang diperoleh perusahaan akan menimbulkan beban pajak yang lebih tinggi sehingga perusahaan cenderung melakukan penghindaran pajak (Januari & Suardikha, 2019) yang berarti kepatuhan pajak semakin rendah. Penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan bertujuan agar perusahaan menanggung beban pajak yang lebih kecil (Lestari et al., 2018) sehingga laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan dapat lebih besar. Dengan demikian, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi akan semakin tergoda untuk mengakumulasi laba dan jika mungkin mentransfer laba tersebut ke negara lain yang bertarif pajak rendah sehingga kepatuhan terhadap pajak di lingkup nasional menjadi lebih rendah. Dari uraian diatas, peneliti mengusulkan hipotesis kedua yaitu:

**H2: Pertumbuhan penjualan memoderasi pengaruh *transfer pricing* terhadap kepatuhan pajak.**

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Rendahnya profitabilitas yang dimiliki perusahaan pada umumnya membuat perusahaan cenderung melaporkan pajaknya dengan jujur daripada perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi (Siahaan, 2005). Ukuran perusahaan menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan dan memiliki hubungan positif dengan penghindaran pajak (Darmawan & Sukartha, 2014), yang berarti tinggi atau besarnya ukuran perusahaan membuat tingkat kepatuhan pajaknya menjadi rendah. *Leverage* memiliki hubungan negatif dengan penghindaran pajak (Rosa Dewinta & Ery Setiawan,

2016) yang berarti *leverage* memiliki hubungan positif dengan tingkat kepatuhan pajak. Perbedaan hasil yang ditemukan pada penelitian-penelitian sebelumnya membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada variabel kepatuhan pajak sebagai variabel dependen dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi.

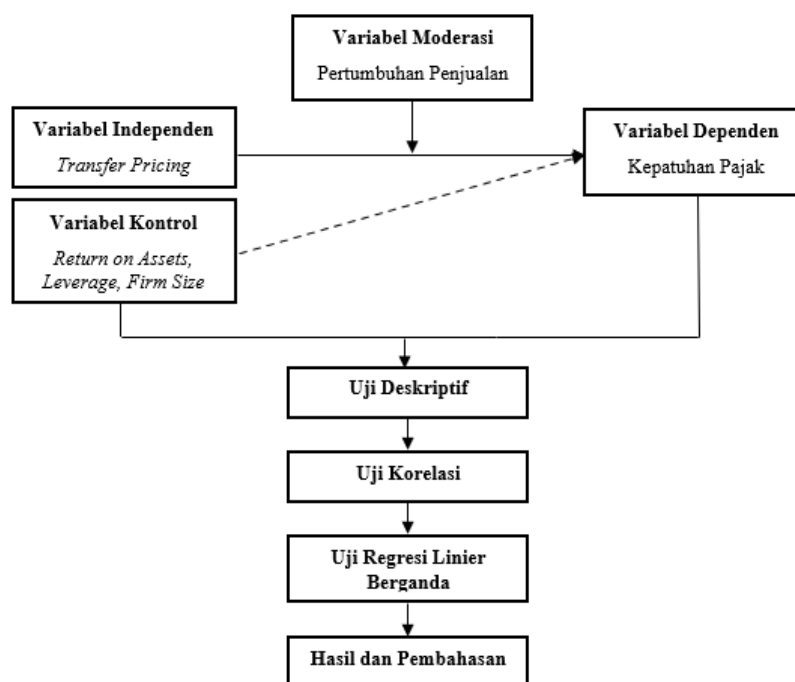
### METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan nonkeuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019. Pengambilan data penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pada Tabel 1.

**Tabel 1. Kriteria Sampel**

Kriteria Pengambilan Sampel	Total
Perusahaan nonkeuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019	2.535
Perusahaan nonkeuangan yang <i>Annual Report</i> tidak ditemukan	(314)
Perusahaan nonkeuangan yang tidak menggunakan rupiah dalam laporan keuangannya	(425)
Perusahaan nonkeuangan yang memiliki laba sebelum pajak negatif	(482)
Perusahaan nonkeuangan yang tidak menyajikan data lengkap terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian	(112)
<b>Total Sampel Penelitian</b>	<b>1.202</b>

Penelitian ini menggunakan kepatuhan pajak sebagai variabel dependen dan transfer pricing sebagai variabel independen serta pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.



**Gambar 1. Diagram Alur Penelitian**

## HASIL

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada Tabel 2. menjelaskan mengenai keseluruhan variabel pada penelitian ini. Statistik deskriptif yang diuraikan meliputi nama variabel penelitian, jumlah observasi, nilai rata-rata, nilai standard deviasi, nilai minimum, nilai median, nilai maksimum.

**Tabel 2. Deskriptif Variabel**

Variabel	N	Mean	Std. Dev.	Median	Min	Max
CUETR	1202	0.292	0.303	0.241	-0.172	10.995
TP	1202	0.218	0.546	0.000	0.000	1.000
SG	1202	0.170	0.995	0.072	-0.697	22.381
ROA	1202	0.069	0.077	0.048	0.000	0.921
SIZE	1202	28.652	1.699	28.694	21.348	33.495
LEV	1202	0.430	0.260	0.417	0.000	3.461

Hasil dari Tabel 2. menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu kepatuhan pajak (CUETR) diukur dengan current ETR yang memiliki nilai rata-rata sebesar 0,292 yang berarti perusahaan menanggung pajak sebesar 29.2% dari jumlah laba sebelum pajak. Variabel CUETR memiliki nilai maksimum sebesar 10,995 dan nilai minimum sebesar -0,172. Dalam penelitian ini, variabel CUETR yang memiliki nilai tinggi menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepatuhan pajak perusahaan. Variabel transfer pricing (TP) merupakan variabel independen dalam penelitian ini yang diukur dengan memberikan skor pada masing-masing poin yang telah dijelaskan pada bab 3 senilai 1 atau 0 kemudian skor dijumlahkan lalu dibagi 5, sehingga pada variabel TP nilai maksimumnya sebesar 1,000 dan nilai minimumnya sebesar 0,000. Variabel TP memiliki nilai rata-rata sebesar 0,218 yang menunjukkan bahwa perusahaan rata-rata memiliki insentif untuk melakukan transfer pricing sebesar 21,8%. Variabel pertumbuhan penjualan (SG) merupakan variabel moderasi dalam penelitian ini yang diukur dengan membandingkan penjualan tahun berjalan dengan tahun sebelumnya. Nilai rata-rata SG sebesar 0,170 dengan nilai minimum -0,697 dan nilai maksimum sebesar 22,381. Variabel Return on Assets (ROA) dalam penelitian ini merupakan variabel control yang diukur dengan antara laba sebelum pajak dengan total asset. Nilai rata-rata ROA berdasarkan sampel riset ini sebesar 0,069 dengan nilai minimum 0,000 dan maksimum 0,921 hal ini menunjukkan tingkat profitabilitas sebesar 6,9% dari total asset yang dimiliki. Variabel ukuran perusahaan (SIZE) merupakan variabel control yang diukur dengan logaritma natural dari total asset (ln total asset). Nilai rata-rata SIZE yang dimiliki perusahaan dalam sampel penelitian ini sebesar 28,652 dengan nilai minimum 21,348 dan nilai maksimum sebesar 33,495. Leverage (LEV) merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini yang diukur dengan membagi total hutang dengan total asset perusahaan. LEV memiliki rata-rata 0,430 dengan nilai minimum 0,000 dan maksimum sebesar 3,461 hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan pinjaman untuk sumber pendanaan perusahaan.

**Tabel 3. Statistik Deskriptif Transfer pricing**

Year	Score						Total
	0	1	2	3	4	5	
2015	116	41	17	10	16	8	208
2016	120	44	16	15	18	10	223
2017	133	49	19	17	19	10	247
2018	134	45	20	21	27	9	256
2019	145	51	19	15	29	9	268

Tabel 3 menjelaskan sebaran jumlah perusahaan yang memiliki insentif untuk melakukan transfer pricing. Semakin tinggi jumlah skor yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi perusahaan memiliki insentif untuk melakukan transfer pricing. Cara mengukur variabel transfer pricing dalam penelitian ini adalah jumlah skor yang diperoleh perusahaan dibagi 5.

### Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi person digunakan untuk mengukur arah hubungan dan kekuatan antar dua variabel. Dalam pengujian Pearson Correlation dengan tingkat signifikansi sebesar 1%, 5% dan 10%, menghasilkan temuan yang dimuat dalam tabel 4.

Tabel 4. menjelaskan bahwa terdapat variabel-variabel yang mempunyai maupun tidak mempunyai korelasi terhadap variabel lainnya. Variabel yang mempunyai korelasi dengan signifikansi 1% memiliki tanda 3 bintang (\*\*\*), 5% memiliki tanda 2 bintang (\*\*) sedangkan tingkat signifikansi 10% memiliki tanda 1 bintang (\*) di sebelah kanan nilai koefisiennya.

Dalam tabel 4 terdapat beberapa variabel yang mempunyai nilai koefisien positif maupun negatif, hal itu berarti tiap variabel mempunyai hubungan tersendiri terhadap variabel lainnya. Angka koefisien yang dimuat dalam tabel diatas menunjukkan arti seberapa kuat hubungan antar variabel, koefisien maksimum terhadap hubungan antar variabel sebesar 1 atau -1, sedangkan koefisien minimum memiliki nilai koefisiensi sebesar 0.

**Tabel 4. Uji Korelasi Pearson**

	<i>CUETR</i>	<i>TP</i>	<i>SG</i>	<i>ROA</i>	<i>SIZE</i>	<i>LEV</i>
<i>CUETR</i>	1.000					
<i>TP</i>	-0.112*** (0.000)	1.000				
<i>SG</i>	-0.018 (0.531)	-0.058** (0.045)	1.000			
<i>ROA</i>	-0.120*** (0.000)	0.277*** (0.000)	0.004 (0.877)	1.000		
<i>SIZE</i>	-0.102*** (0.000)	0.271*** (0.000)	-0.043 (0.136)	0.080*** (0.006)	1.000	
<i>LEV</i>	-0.003 (0.922)	-0.045 (0.117)	-0.014 (0.624)	-0.060** (0.037)	0.091*** (0.002)	1.000

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu TP memiliki nilai koefisien negatif serta tanda bintang tiga (\*\*\*) bila dihubungkan dengan variabel dependen yaitu CUETR, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut saling berkorelasi negatif dengan tingkat signifikan sebesar 1%. Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu SG memiliki nilai koefisien negatif apabila dihubungkan dengan variabel dependen yaitu CUETR, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berkorelasi negatif. Untuk variabel kontrol dalam penelitian ini yaitu ROA dan SIZE memiliki nilai koefisien negatif dengan tingkat signifikan 1% terhadap CUETR, yang artinya jika return on asset semakin tinggi, maka tingkat kepatuhan pajak semakin rendah, begitu juga dengan variabel ukuran perusahaan apabila semakin tinggi ukuran perusahaan maka tingkat kepatuhan pajak semakin rendah. Untuk variabel kontrol leverage (LEV) memiliki korelasi negatif pada variabel dependen, namun tidak signifikan.

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh transfer pricing (TP) terhadap kepatuhan pajak (CUETR) dengan variabel pertumbuhan penjualan (SG) sebagai variabel moderasi serta menggunakan variabel kontrol return on asset (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), dan leverage (LEV). Hasil uji analisis regresi terdapat pada tabel 5.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi**

	(1)	(2)
	CUETR	CUETR
<i>TP</i>	-0.117** (0.04)	-0.115** (0.05)
<i>ROA</i>	-0.682*** (0.00)	-0.678*** (0.00)
<i>SIZE</i>	-0.024** (0.01)	-0.025** (0.01)
<i>LEV</i>	-0.010 (0.87)	-0.010 (0.87)
<i>SG</i>		-0.013 (0.41)
<i>TP_SG</i>		-0.051 (0.79)
<i>_cons</i>	1.068*** (0.00)	1.078*** (0.00)
<i>r<sup>2</sup></i>	0.027	0.027
<i>r<sup>2</sup><sub>a</sub></i>	0.023	0.022
<i>N</i>	1202	1202

Berdasarkan tabel 5 hasil regresi 1 menunjukkan bahwa TP memiliki koefisien 0,117 signifikan 5% terhadap CUETR yang berarti transfer pricing memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan pajak, hal ini sejalan dengan hipotesis pertama dalam penelitian ini sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Semakin besar perusahaan memiliki insentif untuk melakukan transfer pricing maka tingkat kepatuhan pajak perusahaan semakin kecil, dengan kata lain perusahaan cenderung lebih tidak patuh terhadap pajak. Hasil regresi 2 menunjukkan bahwa TP memiliki koefisien negatif 0,115 dan variabel SG menunjukkan koefisien negatif sebesar 0,013 namun tidak signifikan terhadap CUETR sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak memoderasi pengaruh transfer pricing terhadap kepatuhan pajak. Dari hasil regresi 2 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak dapat memoderasi pengaruh transfer pricing terhadap kepatuhan pajak, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan beberapa hasil pengujian sebelumnya, penelitian ini menunjukkan bahwa transfer pricing berpengaruh terhadap kepatuhan pajak yang berarti hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hasil ini ditunjukkan oleh regresi yang telah dilakukan oleh penulis bahwa transfer pricing memiliki pengaruh negatif sebesar 0,117 terhadap kepatuhan pajak dengan tingkat signifikan 5%.

Dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa potensi transfer pricing perusahaan berpotensi menurunkan motivasi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, karena teori legitimasi mengasumsikan perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dari pemerintah. Potensi menyembunyikan laba dari otoritas pajak menyebabkan tensi kepatuhan perusahaan terhadap pemerintah menurun.

Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Amidu et al., 2019), dimana perusahaan yang melakukan transfer pricing akan lebih menghindari pajak atau tidak patuh pada pajak. Perusahaan melakukan transfer pricing dengan cara memindahkan penghasilan ke negara yang mempunyai tarif pajak lebih rendah atau memindahkan biaya ke negara yang mempunyai tarif pajak lebih tinggi (Kurniawan, 2015). Hal tersebut menjadikan laba sebelum pajak menjadi lebih



rendah sehingga menyebabkan pajak yang terutang semakin rendah (Panjalusman et al., 2018). Hasil penelitian ini juga mendukung argumen bahwa pengaruh signifikan variabel transfer pricing terhadap kepatuhan pajak disebabkan karena perusahaan dengan variabel transfer pricing yang tinggi melakukan transaksi transfer pricing yang lebih banyak atau beragam daripada perusahaan dengan variabel transfer pricing yang rendah sehingga akan memberikan celah atau kesempatan bagi perusahaan untuk melakukan transaksi yang tidak sesuai kewajaran guna meminimalkan beban pajaknya (Dharmawan et al., 2017).

Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan oleh (Falbo & Firmansyah, 2018; Panjalusman et al., 2018). Perbedaan ini bisa terjadi karena penggunaan sampel data yang berbeda, karena sampel pada penelitian ini adalah perusahaan nonkeuangan di semua sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian sebelumnya hanya berfokus pada sektor tertentu.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan memoderasi pengaruh transfer pricing terhadap kepatuhan pajak. Namun berdasarkan beberapa pengujian sebelumnya, pertumbuhan penjualan tidak dapat memoderasi pengaruh *transfer pricing* terhadap kepatuhan pajak yang berarti hipotesis kedua ini ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprianto & Dwimulyani, 2019; Mahanani et al., 2017; Oktaviyani & Munandar, 2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak dapat memengaruhi kepatuhan pajak. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang tinggi belum tentu menghasilkan laba yang tinggi karena pertumbuhan penjualan yang tinggi pastinya diikuti belanja dan beban perusahaan yang tinggi pula yang mengakibatkan laba yang dihasilkan juga rendah, sehingga tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh terhadap aktivitas penghindaran pajak perusahaan (Mahanani et al., 2017) atau tingkat kepatuhan pajak sebuah perusahaan.

Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol yang mewakili karakteristik perusahaan. Variabel kontrol penelitian ini adalah profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), dan Leverage (LEV). ROA dalam penelitian ini bernilai negatif signifikan terhadap kepatuhan pajak yang berarti meningkatnya jumlah laba maka tingkat kepatuhan pajaknya semakin rendah dan harus dimasukkan dalam analisis regresi penghindaran pajak. Nilai ROA yang semakin tinggi memungkinkan perusahaan untuk menerapkan rencana penghindaran pajak secara menyeluruh, sehingga meningkatkan kecenderungan pengembangan kegiatan penghindaran pajak (Muda et al., 2020) yang berarti tingkat kepatuhan terhadap pajak semakin rendah. SIZE dalam penelitian ini bernilai negatif signifikan terhadap kepatuhan pajak yang berarti semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil kemungkinan untuk patuh pajak karena perusahaan dengan total aset yang relatif lebih besar cenderung lebih mampu dan lebih stabil dalam menghasilkan laba. Keadaan ini menyebabkan beban pajak bertambah, sehingga mendorong perusahaan untuk tidak mematuhi pajak dengan cara melakukan penghindaran pajak dan variabel ini harus dimasukkan dalam analisis regresi kepatuhan pajak (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016). LEV dalam penelitian ini tidak terbukti berhubungan dengan penghindaran pajak, yang berarti juga tidak berpengaruh dengan kepatuhan pajak sebuah perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasih & Ratna Sari, 2013) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat hutang perusahaan, semakin konservatif manajemen dalam hal pelaporan keuangan pada operasi perusahaan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan hubungan *transfer pricing* dengan kepatuhan pajak perusahaan di Indonesia dalam rentang tahun 2015 hingga 2019. Penelitian ini menggunakan pengukuran *CUETR* untuk mengukur kepatuhan pajak. Hasil pertama dalam penelitian ini menemukan bahwa *transfer pricing* berhubungan negatif dengan kepatuhan pajak, hal ini berarti perusahaan yang memiliki insentif melakukan *transfer pricing* cenderung akan tidak patuh terhadap pajak. Hasil kedua dari penelitian ini menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berhubungan dengan kepatuhan pajak dan tidak dapat memoderasi hubungan *transfer pricing* dengan kepatuhan pajak, hal ini berarti tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan penjualan tidak memengaruhi tingkat kepatuhan pajak sebuah perusahaan.

## REFERENSI

- Amidu, M., Coffie, W., & Acquah, P. (2019). Transfer pricing, earnings management and tax avoidance of firms in Ghana. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 235–259. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2017-0091>
- Andhini, N. F. (2017). ID-pengaruh-pemahaman-dan-pengetahuan-wajib-1. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aprianto, M., & Dwimulyani, S. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Leverage terhadap Tax Avoidance dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional*, 2(November), 1–10.
- Chau, G., & Leung, P. (2009). A critical review of Fischer tax compliance model : A research synthesis. *Journal of Accounting and Taxation*, 1(2), 034–040.
- Darmawan, I., & Sukartha, I. (2014). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Roa, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 9(1), 143–161.
- Dharmawan, P. E., Djaddang, S., & Dharmansyah. (2017). Determinan Penghindaran Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan JRAP, Vol.4(No.2)*, PP.183-195.
- Falbo, T. D., & Firmansyah, A. (2018). Thin Capitalization, Transfer Pricing Aggressiveness, Penghindaran Pajak. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 2(1), 1–28. <https://doi.org/10.36766/ijag.v2i1.6>
- Herianti, E., & Chairina, S. W. (2019). Does Transfer Pricing Improve the Tax Avoidance through Financial Reporting Aggressiveness? *KnE Social Sciences*, 2019, 357–376. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5387>
- Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 19–26.
- Hidayati, N. N., & Murni, S. (2009). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1 – 18.
- Januari, D. M. D., & Suardikha, I. M. S. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Sales Growth, dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 1653. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i03.p01>
- Kurniasih, T., & Ratna Sari, M. (2013). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 58–66.
- Lestari, P., Harimurti, F., & Suharno. (2018). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN SALES GROWTH TERHADAP TAX AVOIDANCE (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2013 – 2016). In *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* (Vol. 14, Issue 4, pp. 551–559).
- Mahanani, A., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Sales Growth, dan CSR Terhadap Tax Avoidance. *Seminar Nasional IENACO*, 732–742.
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127. <https://doi.org/10.25105/jat.v7i1.6289>
- Muda, I., Abubakar, E., Akuntansi, M., Ekonomi, F., & Sumatera, U. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Manajemen Laba terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375–392. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i2.22807>
- Nadhifah, M., & Arif, A. (2020). Transfer Pricing, Thin Capitalization, Financial Distress, Earning Management, dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Dimoderasi oleh Sales Growth. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 7(2), 145. <https://doi.org/10.25105/jmat.v7i2.7731>
- Oktaviyani, R., & Munandar, A. (2017). Effect of Solvency, Sales Growth, and Institutional Ownership on Tax Avoidance with Profitability as Moderating Variables in Indonesian Property and Real Estate Companies. *Binus Business Review*, 8(3), 183. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i3.3622>

- Panjalusman, P. A., Nugraha, E., & Setiawan, A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 6(2), 105. <https://doi.org/10.17509/jpak.v6i2.15916>
- PUSPITA, D., & FEBRIANTI, M. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 38–46. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.63>
- Putri, N., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Transfer Pricing Dan Kepemilikan Asing Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Moderasi. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (Vol. 1, Issue 2, pp. 1–9).
- Rizki, M. Q. A., & Fuadi, R. (2019). Pengaruh Karakter Eksekutif, Profitabilitas, Sales Growth Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* (Vol. 4, Issue 3, pp. 547–557). <https://doi.org/10.24815/jimeka.v4i3.12592>
- Rosa Dewinta, I., & Ery Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- Setiyanto, A. I., & Nurzilla, N. (2019). Pengaruh Piutang Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Sales Growth. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 56–65. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i1.1088>
- Sitorus, R. R., & Widiyantoro, C. S. (2019). Pengaruh Transfer Pricing Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 1–10.