

PENGARUH *EXCHANGE RATE*, *MULTINATIONALITY*, DAN *LEVERAGE* TERHADAP *TRANSFER PRICING*

Divinia Mayzura¹, Prima Apriwenni²

¹Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Indonesia.
Corresponding Author. Email: diviniamayzura@gmail.com

²Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Indonesia.
Email: prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Transfer Pricing; Exchange Rates; Multinationality; Leverage.</p> <hr/> <p>Citation: Mayzura, D., & Apriwenni, P. (2023). PENGARUH EXCHANGE RATE, MULTINATIONALITY, DAN LEVERAGE TERHADAP TRANSFER PRICING. <i>Jurnal Akuntansi</i>, 12(1).</p> <hr/> <p>DOI https://doi.org/10.46806/ja.v11i1.982</p> <hr/> <p>URL: jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JA/article/view/982</p>	<p><i>Transfer pricing can be referred as a company step to determine the transfer price of a transaction by company. There are two forms of transactions in transfer pricing, inter-company and intra-company. The transaction itself can be done in one country, or multiple countries. Based on the purposive sampling method, the samples obtained were 11 companies during 3 years of observation bring the result of 33 observation data. Observation data collected from Manufacture company audited report and registered in Indonesia Stock Exchange. The analysis technique used multiple linear regression with pooling data, classic assumption test, F test, t test, and R² test. The result from this research showed that the exchange rate variable has no influence to company decision for practicing transfer pricing. The variable multinationality has a negative influence on the company decision to transfer pricing. Thus, the leverage variable has positive influence toward the company decision to practice transfer pricing.</i></p>

1. Pendahuluan

Era globalisasi yang terjadi saat ini memberikan pengaruh yang besar bagi pola dan sikap para pelaku bisnis. Hal ini membuat arus barang, jasa, maupun modal akan masuk dan keluar dari suatu negara tanpa kendala maupun hambatan. Perdagangan lintas negara membuat pertumbuhan perusahaan makin cepat serta berkembang. Dalam lingkup perusahaan multinasional, dikenal istilah *transfer pricing*. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan (Kemenkeu.go.id, 2014). Dari sisi perpajakan tujuan *transfer pricing* adalah untuk penghematan pajak, dimana perusahaan multinasional cenderung menggeser penghasilan dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, sebaliknya memindahkan biaya dari negara yang tarif pajaknya rendah ke negara yang tarif pajaknya lebih tinggi (Kurniawan, 2015: 4).

Fenomena *transfer pricing* diduga pernah dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia, seperti perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yaitu PT. Bentoel Internasional Investama Tbk (RMBA). Salah satu perusahaan tembakau milik British American Tobacco (BAT) diduga melakukan penghindaran pajak di Indonesia melalui PT. Bentoel Internasional Investama Tbk (RMBA). Praktik tersebut diperkirakan menimbulkan kerugian negara sebesar US\$ 13,7 juta per tahun. Dugaan kecurangan ini merupakan hasil penelusuran lembaga *Tax Justice Network* (TJN). TJN adalah lembaga independen berjangkaran internasional berkantor pusat di London, Inggris, yang fokus melakukan penelitian dan kajian terkait kebijakan serta pelaksanaan perpajakan. Menurut TJN, BAT telah mengalihkan sebagian pendapatannya keluar dari Indonesia, melalui dua cara agar terhindar dari kewajiban perpajakan.

Ada beberapa faktor perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Salah satunya adalah faktor *exchange rate* atau nilai tukar terhadap mata uang. *Exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat memengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang

kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan et al., 2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Sarifah et al. (2019) serta Chan et al. (2004) menunjukkan hasil pengujian bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh positif. Hal ini mengindikasikan bahwa pihak agen (manajemen) cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar mata uang untuk meluruskan tujuannya dalam menggunakan *transfer pricing* yang terlihat pada laporan keuangan dalam akun laba rugi selisih kurs dari aktiva operasi dan laba rugi sebelum pajak dimana hal tersebut dapat mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen dalam memanfaatkan perbedaan nilai tukar mata uang yang dihadapi perusahaan dalam penggunaannya dengan *transfer pricing* (Sarifah et al., 2019)

Hal lain yang memengaruhi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* ialah *multinationality*. Menurut (Sartono, 2018: 465) perusahaan *multinational* atau *multinational corporation* adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di negara atau lebih sehingga dalam aktivitas utamanya melibatkan lebih dari dua mata uang yang berbeda. Era globalisasi mendorong perusahaan untuk melakukan perluasan perdagangan yang semula hanya beroperasi lintas dalam negeri menjadi operasi lintas negara dengan membuka agen atau cabang. Menurut (Rezky dan Fachrizal, 2018) perusahaan multinasional umumnya menerapkan perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas, bahwa perusahaan yang memperoleh pendapatan dari sumber-sumber asing dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh *multinationality* terhadap keputusan melakukan praktik *transfer pricing*, seperti yang dilakukan oleh Rezky dan Fachrizal (2018) ditemukan hasil pengujian bahwa *multinationality* memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Waworuntu dan Hadisaputra (2016) ditemukan hasil pengujian bahwa *multinationality* memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil yang positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat *multinationality* maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Selain alasan diatas, *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasi perusahaan. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri sepenuhnya (Sartono, 2014: 120). *Leverage ratio* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi (Kasmir, 2015: 151). Kreditor umumnya lebih tertarik dengan rasio utang yang rendah karena, semakin rendah rasio utang maka semakin besar perlindungan terhadap kerugian kreditor jika terjadi likuidasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Waworuntu dan Hadisaputra (2016), Rezky dan Fachrizal (2018) serta Richardson et al., (2013) menunjukkan hasil pengujian bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar tingkat *leverage* semakin memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Menurut Rezky dan Fachrizal (2018) perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membayar pajak lebih sedikit, transfer utang dari perusahaan induk ke anak perusahaan akan membentuk scenario struktur utang yang akan menguntungkan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *exchange rate*, *multinationality*, dan *leverage* terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Sementara manfaat dari penelitian ini yaitu untuk menambah ilmu dan wawasan mengenai *transfer pricing*, sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan agar tidak mengalami risiko kerugian bagi investor, dan sebagai acuan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik ini lebih luas dan juga mendalam dari segi sampel maupun variabel.

1.1. Teori Keagenan

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa kontrak antara manajemen dengan pemegang saham sebagai hubungan keagenan. Hubungan keagenan adalah kontrak antara satu orang atau lebih (*principal*) yang mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk melakukan sejumlah jasa dan memberikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Manajemen sebagai agen, secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*). Sementara pemegang saham akan focus pada peningkatan nilai sahamnya.

1.2 Teori Internalisasi

Menurut Darussalam et al. (2013: 38-39), saat ini teori internalisasi menjadi teori yang paling dominan untuk menjelaskan perilaku perusahaan multinasional dalam kajian bisnis internasional. Teori internalisasi dilatari upaya pengorganisasian atas saling ketergantungan antar pihak, yang seluruh pihak tersebut mendapatkan suatu *rent* dengan mengumpulkan secara kolektif berbagai kapabilitas atau kemampuan, baik kemampuan yang sama atau berbeda. Teori internalisasi merupakan pengembangan dari teori investasi langsung dan organisasi industri, dengan asumsi adanya ketidaksempurnaan pasar. Pada intinya, internalisasi berarti upaya untuk memperoleh efisiensi dengan mengganti kondisi di luar perusahaan yang tidak sempurna dengan internalisasi pasar.

1.3 Transfer Pricing

Menurut Kurniawan (2015: 1), *transfer pricing* (penentuan harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* tersebut sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya istilah *transfer pricing* sering kali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu grup. Oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*) apabila penentuan harga dalam transaksi antarpihak yang dipengaruhi hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan

1.4 Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha

Menurut Kurniawan (2015: 10), prinsip kewajaran (*arm's length principle*) adalah sebuah prinsip yang mengatur bahwa dalam hal kondisi transaksi afiliasi (ada hubungan istimewa) sama dengan kondisi transaksi independent yang menjadi pembanding, maka harga dan keberadaan transaksi afiliasi tersebut harus sama dengan harga dan keberadaan transaksi independent (tidak ada hubungan istimewa) yang menjadi pembanding. Sebaliknya, dalam hal kondisi transaksi afiliasi berbeda dengan kondisi transaksi independent yang menjadi pembanding, maka harga dan keberadaan transaksi afiliasi harus berbeda dibandingkan harga dan keberadaan transaksi independent yang menjadi pembanding, dan nilai beda kondisi transaksi sama dengan nilai dari beda harga transaksi.

1.5 Hubungan Istimewa

Dalam Kurniawan (2015: 17-20), menjelaskan hubungan istimewa dari 3 pandangan, yaitu menurut Undang-Undang PPh, menurut Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda, dan menurut Standar Akuntansi Keuangan. Menurut Undang-Undang PPh Hubungan Istimewa menurut Undang-Undang PPh dapat terjadi karena faktor kepemilikan / penyertaan modal, penguasaan maupun hubungan keluarga. Kepemilikan/penyertaan modal mengakibatkan hubungan istimewa jika wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir.

1.6 Exchange Rate

Nilai tukar (*exchange rate*) menunjukkan banyaknya unit mata uang yang dapat dibeli atau ditukar dengan satu satuan mata uang lain. Sudah menjadi suatu kesepakatan umum juga bahwa nilai tukar mata uang asing dinyatakan dalam dollar basis (Sartono, 2018: 467-468). Menurut Marfuah dan Azizah (2014), arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Sebagai contoh, sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga.

1.7 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *Transfer Pricing*

Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Saat ini perusahaan multinasional telah berlomba-lomba untuk dapat meluaskan jaringan pemasarannya ke luar negeri. Sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Sedangkan, arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Ha₁ : *Exchange Rate* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Praktik *Transfer Pricing*.

1.8 Multinationality

Menurut Darussalam et al. (2013: 3), perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara di bawah pengendalian suatu pihak tertentu. Apabila terjadi transaksi di antara mereka, transaksi tersebut dapat dinyatakan sebagai transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau transaksi afiliasi. Lebih dari 60% nilai perdagangan dunia dihasilkan dari transaksi yang berhubungan dengan perusahaan multinasional dengan menggunakan skema *transfer pricing*. Skema yang biasa dilakukan oleh perusahaan multinasional dalam praktik *transfer pricing* adalah dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya rendah. Padahal, penerimaan pajak atas penghasilan dari perusahaan multinasional ini merupakan bagian dari penerimaan pajak yang sangat signifikan dari total penerimaan pajak di negara-negara tempat perusahaan multinasional tersebut beroperasi (Darussalam et al., 2013: 3)

1.9 Pengaruh *Multinationality* terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *Transfer Pricing*

Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di dua negara atau lebih. Perusahaan multinasional umumnya menerapkan perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas, bahwa perusahaan yang memperoleh pendapatan dari sumber-sumber asing dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar. Sebuah perusahaan melakukan pengembangan ke luar negeri sehingga banyak *Multinational Enterprise* yang didirikan oleh perusahaan besar di dunia, tujuannya untuk mencapai efisiensi dan efektivitas agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Perusahaan multinasional akan melakukan *transfer pricing* sebagai upaya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Ha₂ : *Multinationality* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Praktik *Transfer Pricing*.

1.10 Leverage

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Perusahaan menggunakan *leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Sebaliknya, *leverage* juga meningkatkan risiko keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham. Konsep *leverage* tersebut sangat penting terutama untuk menunjukkan kepada analis keuangan dalam melihat trade-off antara risiko dan tingkat keuntungan dari berbagai tipe keputusan finansial (Sartono, 2018: 257).

1.11 Pengaruh *Leverage* terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *Transfer Pricing*

Perusahaan memiliki berbagai kebutuhan untuk menjalankan operasinya, terutama berkaitan dengan dana. Dana tersebut salah satunya dapat berasal dari utang, yang akan menimbulkan beban bunga. Beban bunga yang ditanggung perusahaan ini dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak, yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai dari rasio *leverage*, semakin tinggi pula utang perusahaan dan akan semakin tinggi pula bunga yang ditimbulkan. Perusahaan dengan tingkat

leverage yang tinggi akan membayar pajak lebih sedikit, transfer utang dari perusahaan induk ke anak perusahaan akan membentuk scenario struktur utang yang akan menguntungkan perusahaan.

Ha₃ : *Leverage* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Praktik *Transfer Pricing*.

2. Metode Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016–2018. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan laporan keuangan audit yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia yaitu *www.idx.co.id*. Sementara, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah perusahaan yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini adalah 11 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan sehingga jumlah sampel secara keseluruhan sebanyak 33 sampel. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menjadi obyek penelitian adalah perusahaan manufaktur dalam sektor industri dasar kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi.
2. Perusahaan manufaktur yang tidak delisting selama tahun 2016 - 2018.
3. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan teraudit dan data yang dilaporkan lengkap pada tahun 2016 - 2018.
4. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
5. Perusahaan manufaktur yang memiliki cabang atau anak di luar negeri.
6. Perusahaan sampel harus memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan terkait dengan indikator-indikator pengukuran yang dijadikan variabel pada penelitian ini.

2.1 Variabel Penelitian

2.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Transfer Pricing* yaitu kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Variabel *Transfer Pricing* ini diukur menggunakan pendekatan “jumlah nilai”. Pendekatan ini melihat persentase nilai indeks yang terdiri dari item dikotomi yang dapat ditemukan di catatan atas laporan keuangan perusahaan terkait dengan transaksi antara pihak berelasi.

2.1.2 Variabel Independen

Variabel independen terdiri dari exchange rate, multinationality, dan leverage. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- a. Exchange Rate. Variabel *exchange rate* diukur dengan cara membagi laba atau rugi selisih kurs yang terdapat dalam laporan laba rugi dibagi dengan laba atau rugi sebelum pajak.
- b. *Multinationality*. Variabel *multinationality* diukur dengan cara membagi jumlah anak atau cabang di luar Indonesia dengan jumlah anak atau cabang keseluruhan, baik di dalam maupun di luar Indonesia.
- c. *Leverage*. Variabel *leverage* diukur dengan menggunakan rumus DAR (Debt Asset to Ratio), yang dihitung dengan cara membagi jumlah kewajiban jangka panjang dengan total asset perusahaan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji pooling, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TPRICE = \alpha + \beta_1 EXC + \beta_2 MULTI + \beta_3 LEV + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

TPRICE = *Transfer Pricing*

EXC = *Exchange Rate*

MULTI	= <i>Multinationality</i>
LEV	= <i>Leverage</i>
α	= Konstanta
β_1 – β_4	= Koefisien Regresi
ε	= Error

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Uji Pooling

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah penggabungan data *cross-sectional* dan *time series* dapat dilakukan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *dummy variable approach*. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1, menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan garis diagonal sepanjang tahun sehingga data dapat di-*pool* atau digabungkan.

3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) dari variabel penelitian, standar deviasi yang menggambarkan bagaimana penyebaran data terhadap nilai rata-ratanya, nilai minimum yang menunjukkan nilai terkecil data dari variabel penelitian, dan nilai maksimum yang menunjukkan nilai terbesar data dari variabel penelitian.

Berdasarkan tabel 2, rata-rata keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia pada tahun yang diamati adalah sebesar 0,557576 atau 55,76%, dengan standar deviasi sebesar 0,1785887. Dapat dikatakan 55,76% perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian ini terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Nilai minimum 0,20 atau 20% diperoleh pada Kino Indonesia Tbk dan Gudang Garam Tbk. Sedangkan nilai maksimum 0,80 atau 80% diperoleh pada Impack Pratama Industri Tbk, Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, Siantar Top Tbk, Trisula Tbk, Indofood Sukses Makmur Tbk, dan Mayora Indah Tbk.

Rata-rata *multinationality* pada perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia pada tahun yang diamati adalah sebesar 0,402116 atau 40,21%, dengan standar deviasi sebesar 0,2353582. Dapat dikatakan 40,21% perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki anak atau cabang perusahaan di luar negeri. Nilai minimum 0,1333 atau 13,33% diperoleh pada Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Sedangkan nilai maksimum 1.000 atau 100% diperoleh pada Nippon Indosari Corporindo Tbk.

Sedangkan rata-rata *leverage* pada perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia pada tahun yang diamati adalah sebesar 0,149507 atau 14,95%, dengan standar deviasi sebesar 0,1196215. Dapat dikatakan 14,95% perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini menggunakan asset atau sumber dananya untuk memaksimalkan keuntungan pemilik perusahaan. Nilai minimum 0,0057 atau 0,57% diperoleh pada Trisula Tbk. Sedangkan nilai maksimum 0,3961 atau 39,61% diperoleh pada Nippon Indosari Corporindo Tbk.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independent, ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang digunakan untuk menguji normalitas model regresi adalah dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test*. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3, menunjukkan bahwa nilai P-value yaitu Asymp.Sig (2-tailed) bernilai 0,200 > 0,05. Artinya tidak tolak H_0 atau data berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual untuk model regresi memenuhi asumsi distribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi biasanya dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari hasil pengujian pada tabel 4, dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada uji ini dikarenakan tidak adanya nilai *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih besar dari 10 pada seluruh variabel. Hasil pengujian untuk semua nilai *Tolerance* variabel $\geq 0,1$. Dan semua nilai variabel tersebut memiliki nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari multikolinearitas atau lolos uji multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara yang digunakan untuk menguji

heteroskedastisitas model regresi adalah dengan analisis Uji Park. Dari hasil pengujian pada tabel 5, dapat dilihat bahwa pada seluruh variabel tidak ada gangguan heteroskedastisitas pada uji ini dikarenakan nilai sig. $> 0,05$.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Cara yang digunakan peneliti untuk menguji autokorelasi model regresi adalah dengan analisis Run Test. Dari hasil pengujian pada tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,719, dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak tolak H_0 atau tidak terjadi masalah autokorelasi dalam model regresi ini.

3.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji kesesuaian model (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian pada tabel 7, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ yang artinya model regresi signifikan sehingga dapat disimpulkan variabel *exchange rate*, *multinationality*, dan *leverage* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Uji signifikansi individual (uji t) dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel *exchange rate*, *multinationality*, dan *leverage* berpengaruh secara individual (parsial) terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Dari hasil pengujian pada tabel 8, menunjukkan bahwa variabel *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Sementara variabel *multinationality* berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dan variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama-sama dapat memengaruhi variabel dependen. Dari hasil pengujian pada tabel 9, menunjukkan bahwa nilai R^2 yang diperoleh sebesar 0,403 yang artinya sebesar 40,3% variabel *audit transfer pricing* dapat dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel *exchange rate*, *multinationality*, dan *leverage*. Sementara, sisanya dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Praktik *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, *exchange rate* memiliki tingkat signifikansi 0,2285 ($0,457/2$) $> 0,05$ dan beta sebesar 0,652, maka hipotesis pertama ditolak yang artinya *exchange rate* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin tinggi atau rendahnya tingkat *exchange rate* tidak akan berpengaruh terhadap tingkat keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Melalui hasil uji deskriptif dapat dilihat bahwa dalam data perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian, perusahaan tidak terlalu memanfaatkan perencanaan pajak dengan mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan sebagai salah satu mekanisme *transfer pricing*.

3.2.2. Pengaruh *Multinationality* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Praktik *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, *multinationality* memiliki tingkat signifikansi 0,0215 ($0,043/2$) $< 0,05$ dan beta sebesar -0,232 yang mengindikasikan bahwa variabel *multinationality* memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*, mengindikasikan bahwa hipotesis kedua ditolak. Semakin tinggi tingkat *multinationality* maka semakin rendah tingkat keputusan perusahaan pada data sampel untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena kurangnya jumlah perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian yang memiliki anak perusahaan maupun cabang di luar negeri sehingga *multinationality* tidak menjadi tujuan utama dalam tindakan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing*.

3.2.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Praktik *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 8, *leverage* memiliki tingkat signifikansi $0,001 (0,002/2) < 0,05$ dan beta sebesar 0,746, maka hipotesis ketiga diterima yang artinya *leverage* memiliki pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin tinggi tingkat keputusan perusahaan pada data sampel untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Biaya bunga yang semakin tinggi akan memberikan pengaruh berkurangnya beban pajak perusahaan. Perusahaan yang memiliki beban pajak tinggi dapat melakukan penghematan pajak dengan cara menambah utang perusahaan. Dengan menambah utang guna memperoleh insentif pajak yang besar sehingga perusahaan memanfaatkan kesempatan ini untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan melalui praktik *transfer pricing*.

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan penjelasan dari analisis data yang telah dijelaskan, maka diperoleh kesimpulan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. *Multinationality* berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Sementara *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil tersebut, maka disarankan agar peneliti selanjutnya menambah factor lain yang mungkin berpengaruh terhadap variabel *transfer pricing*. Kemudian dapat mengganti objek penelitian ke lingkup yang lebih luas dan rentang waktu pengamatan yang lebih lama. Selain itu, diharapkan dapat menggunakan pengukuran lain jika datamnya dimungkinkan untuk tersedia.

Daftar Pustaka

- Chan, C., Landry, S. P., & Jalbert, T. (2004), *Effects of Exchange Rates on International Transfer Pricing Decisions*, International Business & Economic Research Journal, Vol. 3, No. 3.
- Darussalam, Septriadi, B., & Kristiaji, B. B. (2013), *Transfer Pricing. Ide, Strategi, dan Panduan Praktis dalam Perspektif Pajak Internasional*, Jakarta: DANNY DARUSSALAM Tax Center.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976), *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, Journal of Financial Economics, Vol. 3, p. 305–360.
- Kasmir (2018) *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kemenkeu.go.id. (2014), *Transfer Pricing dan Risikonya terhadap Penerimaan Negara*, diakses tanggal 21 Oktober 2019, https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/2014_kajian_pprf_transfer_pricing_dan_risikonya_terhadap_penerimaan_negara.pdf.
- Kurniawan, A. M. (2015a), *Buku Pintar Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak* (Maya, Ed.), Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kurniawan, A. M. (2015b), *Perpajakan Internasional Beserta Contoh Aplikasinya* (Edisi kedua; R. Sikumbang, Ed.), Bogor: Ghalia Indonesia.
- Marfuah, & Azizah, A. P. (2014), *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Exchange Rate*, JAAI, Vol. 18, No. 2, p. 156–155.
- Ortax (2019), *Raksasa Rokok Menghindar Pajak RI*, diakses tanggal 7 Oktober 2019, <https://ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=16551&q=&hlm=>.
- Rezky, M. A., & Fachrizal (2018), *Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Multinationality Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), Vol. 3, No. 3, p. 401–415.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013), *Determinants of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms*. Journal of Contemporary Accounting and Economics, Vol. 9, No. 2.
- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019), *Dampak Effective Tax Rate (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika, Vol. 9, No. 2.
- Sartono, A. (2018). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (ke empat). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Waworuntu, S. R., & Hadisaputra, R. (2016). *Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness in Indonesia*.
Pertanika J. Soc. Sci. & Hum., Vol. 24, p. 95–110.