

Kebijakan Perpajakan, Transfer Pricing dan Nilai Perusahaan

by

Putu Eka Putri Anagayanti ⁽¹⁾
Agus Fredy Maradona ⁽²⁾

Undiknas Graduate School
Jl. Waturenggong No. 164 Denpasar, Bali

putrianagayanti@gmail.com ⁽¹⁾
admisi@pasca-undiknas.ac.id ⁽²⁾

ABSTRACT

The purpose of this research is to test and analyze tax contribution, tunneling incentive and profitability to transfer pricing and firm value. This research uses descriptive research method. The variables tested in this research are company tax efficiency, tunneling incentive, profitability, transfer pricing and firm value. The population taken for this research are non-financial companies that has been listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 with 160 data samples taken using purposive sampling technique. Data analysis in this research was done by path analysis. This study results: (1) taxes contribute to transfer pricing positively and significantly; (2) tunneling incentive contributes to transfer pricing positively and significantly; (3) profitability contributes to transfer pricing positively and significantly; (4) taxes contribute to firm value positively significant; (5) profitability contribute to firm value positively significant; (6) transfer pricing contributes significantly to the value of the firm.

Keywords: *Tax Efficiency, Tunneling Incentive, Profitability, Transfer Pricing, Firm Value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian dan analisis atas kontribusi pajak, *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripsi. Penelitian ini melakukan pengujian atas variabel pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, *transfer pricing* dan nilai perusahaan. Populasi yang digunakan yaitu emiten saham non-keuangan yang sudah bergabung di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 dengan 160 data sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis jalur. Penelitian ini menghasilkan: (1) pajak berkontribusi terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (2) *tunneling incentive* berkontribusi terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (3) profitabilitas berkontribusi terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (4) pajak berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (5) profitabilitas berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (6) *transfer pricing* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan.

Kata kunci : *Efisiensi Pajak, Tunneling Incentive, Profitabilitas, Transfer Pricing, Nilai Perusahaan.*

1. Pendahuluan

Perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan laba yang terus bertumbuh secara konsisten dari tahun ke tahun, dalam jangka pendek. Memperoleh laba atau keuntungan merupakan salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan nilai (Hasibuan *et al.*, 2016). Perusahaan harus tetap berada dalam keadaan menguntungkan untuk menjaga kelangsungan hidupnya dan menjaga kepercayaan investor. Setelah tujuan jangka pendek tercapai maka secara bertahap perusahaan akan menuju pada sebuah pencapaian jangka panjang, yang bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba namun juga meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sedana (2015), Pratama dan Wiksuana (2016) serta Suwardika dan Mustanda (2017) mendapatkan hasil bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi dapat meningkatkan kepercayaan para investor dan selanjutnya harga pasar saham perusahaan akan meningkat yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Susilowati (2011) dan Herawati (2013) yang menemukan hasil bahwa variabel profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi salah satu tolak ukur investor dalam mengambil keputusan investasi. Dalam hal ini nilai perusahaan menjadi cerminan bagi investor untuk memproyeksikan kinerja perusahaan kedepannya. Ketika nilai perusahaan tinggi, maka para investor akan tertarik untuk berinvestasi dengan membeli kepemilikan saham perusahaan. Tingginya permintaan atas saham perusahaan tersebut akan mendorong harga saham perusahaan untuk terus meningkat.

Dalam upaya mengoptimalkan laba maka perusahaan perlu melakukan *cost efficiency*. Beban pajak merupakan salah satu kewajiban perusahaan yang tidak dapat dihindari ketika perusahaan berada dalam kondisi laba. Sehingga perusahaan harus menjamin bahwa sumber daya perusahaan yang digunakan untuk membayar pajak sudah efisien. Namun seringkali *transfer pricing* kepada perusahaan afiliasi menjadi strategi yang dipilih perusahaan untuk melakukan optimalisasi laba. Lubis (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa transaksi pihak hubungan istimewa.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut juga didukung oleh Yuniasih *et al.* (2012) yang menemukan bahwa variabel pajak memiliki pengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*. Tingginya kewajiban pajak mendorong perusahaan untuk menjalankan praktik *transfer pricing* dengan untuk menekan beban tersebut.

Penelitian atas variabel pajak terkait dengan nilai perusahaan sudah dilakukan oleh Wahab dan Holland (2012) yang menemukan bahwa perencanaan pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil sebaliknya didapatkan oleh Lestari (2014) dan Yuono (2016), hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Hanlon dan Slemrod dalam Winanto dan Widayat (2013) yang menyimpulkan bahwa berita terkait keterlibatan perusahaan pada penghindaran pajak berpengaruh atas harga saham perusahaan tersebut.

Oleh karena harga saham perusahaan merupakan cerminan dari nilai perusahaan tersebut, maka menjadi penting bagi perusahaan untuk menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh atas nilai perusahaan itu sendiri, sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan yang dapat menarik investor untuk melakukan investasi. Terdapat banyak factor, baik dari internal perusahaan maupun factor eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya indeks harga saham, tingkat suku bunga, kondisi fundamental perusahaan, struktur kepemilikan dan faktor eksternal lainnya. Namun pada penelitian ini peneliti fokus untuk membahas empat faktor saja, yaitu pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas dan *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang di atas serta adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu dalam hubungan antara pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, *transfer pricing* dan nilai perusahaan, membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali hubungan antara variabel tersebut dengan menggunakan model penelitian yang berbeda, dimana variabel *transfer pricing* dalam penelitian ini berperan sebagai variabel intervensi antara pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas dengan nilai perusahaan. Selain itu adanya perbedaan pada periode penelitian, luas populasi dan proksi atas masing – masing variabel diharapkan dapat menengahi inkonsistensi yang terjadi pada penelitian – penelitian sebelumnya.

2. Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Pajak dan *Transfer Pricing*

Perencanaan pajak merupakan proses pengorganisasian usaha wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan usaha dengan sedemikian rupa melalui pemanfaatan berbagai celah dan kemungkinan yang dapat ditempuh agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah

minimum, yang masih berada dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku (Pohan, 2013; Samadiartha dan Darma, 2017).

Perspektif perusahaan memandang pajak adalah beban yang harus ditanggung sebagai bentuk kewajiban kehidupan bernegara. Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan menurunkan laba, sehingga manajemen akan mengupayakan untuk meminimalkan beban pajak tersebut agar laba yang dicapai lebih optimal. Menurunnya laba perusahaan dapat berakibat pada turunnya harga saham, karena investor tidak lagi optimis atas kinerja perusahaan pada periode mendatang. Jika perusahaan gagal mempertahankan pertumbuhan laba perusahaan secara konsisten maka investor tidak lagi mau melakukan investasi dan akan mengalihkan dananya ke perusahaan lain. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan efisiensi pajak.

Salah satu bentuk strategi yang dapat dilakukan untuk efisiensi pajak adalah melakukan perencanaan pajak. Praktik *transfer pricing* merupakan salah satu bentuk strategi yang sering diterapkan untuk menjaga stabilitas laba perusahaan sebagai bagian dari strategi perencanaan pajak. Yuniasih *et al.* (2012), dalam penelitiannya menyampaikan bahwa pajak berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Maka dari pemaparan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1= semakin tinggi efisiensi pajak, maka semakin tinggi *transfer pricing*

2.2 Tunneling Incentive dan Transfer Pricing

Hartati *et al.* (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *tunneling incentive* merupakan perilaku dari pemegang saham mayoritas yang memindahkan aset dan laba perusahaan ke perusahaan afiliasinya demi keuntungan sendiri, akan tetapi pemegang saham minoritas turut menanggung beban yang ditimbulkan. Sedangkan Klassen, *et al.* (2013) berpendapat *tunneling incentive* merupakan kegiatan pemegang saham mayoritas yang lebih mengutamakan kepentingan sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas pada suatu perusahaan.

Terjadinya *tunneling* oleh pemilik mayoritas merupakan bentuk dari tingginya intervensi pemegang saham mayoritas atas perusahaan. Pemegang saham selalu mengharapkan pengembalian investasi yang tinggi dari perusahaan. Hal ini mengakibatkan manajemen perusahaan mengambil upaya untuk terus meningkatkan nilai perusahaan. Dimana salah satu upaya yang dapat diterapkan adalah praktik *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* dapat diterapkan sebagai salah satu strategi untuk menjaga pertumbuhan laba perusahaan secara global, yang nantinya dapat meningkatkan harga saham dan meningkatkan *return* pemegang saham.

Maka dari pemaparan tersebut dapat diajukan hipotesis berikut:

H2 = semakin tinggi *tunneling incentive*, maka semakin tinggi *transfer pricing*

2.3 Profitabilitas dan *Transfer Pricing*

Memperoleh laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan jangka pendek dari perusahaan (Hasibuan *et al.*, 2016). Kasmir (2016) menyampaikan bahwa rasio profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba.

Tingkat laba yang tinggi pada perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut juga memiliki kewajiban untuk membayar pajak yang tinggi. Dengan demikian perusahaan akan mencari strategi yang dapat diterapkan untuk meminimalkan tagihan pajak secara global. Sehingga perusahaan melakukan upaya untuk menggeser laba perusahaannya ke perusahaan lain yang masih memiliki hubungan afiliasi, demi menekan beban pajak akibat dari tingginya laba yang diperoleh. Strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan penggeseran laba tersebut adalah melalui praktik *transfer pricing*.

Maka dari pemaparan tersebut, dapat diajukan hipotesis berikut ini:

H3 = semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pula praktik *transfer pricing*

2.4 Pajak dan Nilai Perusahaan

Penelitian dari Lestari (2014) mendapatkan hasil bahwa kegiatan penghindaran pajak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena manajemen melakukan penghindaran pajak untuk meningkatkan nilai perusahaan dan manfaat yang diperoleh dari perencanaan pajak lebih besar daripada biaya atau resikonya. Hasil penelitian yang kontradiktif disampaikan oleh Ampriyanti dan Aryani (2016) serta Pradnyana dan Noviri (2017) yang menyatakan bahwa kegiatan penghindaran pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan akan selalu berupaya untuk memberikan hasil pengembalian investasi yang setinggi – tingginya kepada investor. Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk meminimalkan biaya demi mengoptimalkan laba. Salah satu biaya yang harus ditekan perusahaan adalah beban pajak. Beban pajak terutang yang rendah akan membuat laba setelah pajak dan bunga perusahaan menjadi tinggi. Perusahaan berupaya melakukan efisiensi pajak demi menjaga pertumbuhan laba perusahaan, karena dengan tingkat pertumbuhan laba yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan investor yang tercermin pada meningkatnya minat investor untuk melakukan investasi yang memicu harga saham perusahaan meningkat.

Maka dari pemaparan tersebut dapat diajukan hipotesis:

H4 = semakin tinggi efisiensi pajak, maka semakin tinggi nilai perusahaan

2.5 Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pengembalian investasi bagi para investor. Profitabilitas menjadi cerminan bagi investor yang menunjukkan seberapa baik sisi keuangan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kinerja baik yang dinilai dari perolehan labanya yang terus bertumbuh. Calon investor akan memburu perusahaan dengan kinerja baik sebelum memilih untuk berinvestasi. Sehingga laba yang terus bertumbuh secara konsisten akan menumbuhkan minat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Dengan demikian kepercayaan investor bagi perusahaan akan terus meningkat, sehingga menyebabkan semakin banyak permintaan untuk memiliki saham perusahaan tersebut yang berakibat pada meningkatnya harga per lembar saham perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dapat mendukung untuk membangun hipotesis kelima dalam penelitian ini yaitu Lestari dan Mursalin (2016) yang dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki kontribusi atas nilai perusahaan secara signifikan.

Maka dari pemaparan tersebut, dapat diajukan hipotesis berikut:

H5 = semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut

2.6 Transfer Pricing dan Nilai Perusahaan

Jian dan Wong (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa transaksi terhadap pihak - pihak yang berafiliasi (*related party transactions/RPT*) menunjukkan kecenderungan oportunis. Ketika perusahaan memiliki insentif untuk memanipulasi laba, maka tingkat penjualan kepada pihak berelasi, terutama transaksi kepada pemegang saham pengendali dan anggota lain perusahaan dalam grup akan meningkat.

Transaksi kepada pihak berelasi adalah transaksi yang dilaksanakan untuk tujuan efisiensi sumber daya perusahaan, yang dapat dilakukan dalam bentuk praktik *transfer pricing*. Hal ini bertujuan agar manajemen dapat melakukan identifikasi terhadap penghindaran terhadap penurunan laba serta penghindaran terhadap *negative forecast error* pada laporan keuangan perusahaan. Sehingga diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan investor pada perusahaan.

Perusahaan akan selalu berupaya untuk memberikan imbal hasil pengembalian investasi yang setinggi – tingginya bagi investor. Untuk menjaga pertumbuhan laba perusahaan secara global, manajemen melakukan pergeseran laba dari perusahaan dengan potensi pajak yang tinggi ke perusahaan dengan potensi pembayaran pajak yang lebih rendah. Hal ini dilakukan melalui praktik *transfer pricing*. Terjaganya pertumbuhan laba akan membuat investor semakin optimis terhadap kinerja perusahaan di masa mendatang, sehingga meningkatkan keinginan investor untuk terus berinvestasi pada perusahaan tersebut dengan membeli sahamnya. Tingginya permintaan atas saham suatu perusahaan akan mengakibatkan meningkatnya harga saham tersebut yang berarti nilai perusahaan semakin baik dari sudut pandang investor.

Dari pemaparan tersebut diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H6= semakin tinggi *transfer pricing*, maka semakin tinggi nilai perusahaan

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data sekunder dari laporan keuangan *audited* perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) per tahun 2016. Data dipublikasikan melalui website BEI yaitu www.idx.co.id. Perusahaan yang dipilih pada penelitian ini yaitu seluruh emiten saham terdaftar di BEI.

Populasi pada penelitian ini adalah semua emiten saham di BEI tahun 2016. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 541 perusahaan. Metode *non probability sampling* melalui teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian. Berdasarkan kriteria tertentu yang digunakan untuk menentukan sampel, dari 541 perusahaan populasi, diperoleh sebanyak 160 perusahaan yang telah terseleksi untuk menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan teknik dokumentasi terhadap data sekunder, yaitu laporan keuangan tahunan *audited* yang dipublikasikan oleh emiten saham di BEI tahun 2016. Analisis jalur (*path analysis*) pada penelitian ini menggunakan aplikasi AMOS versi 22.

4. Hasil dan Pembahasan

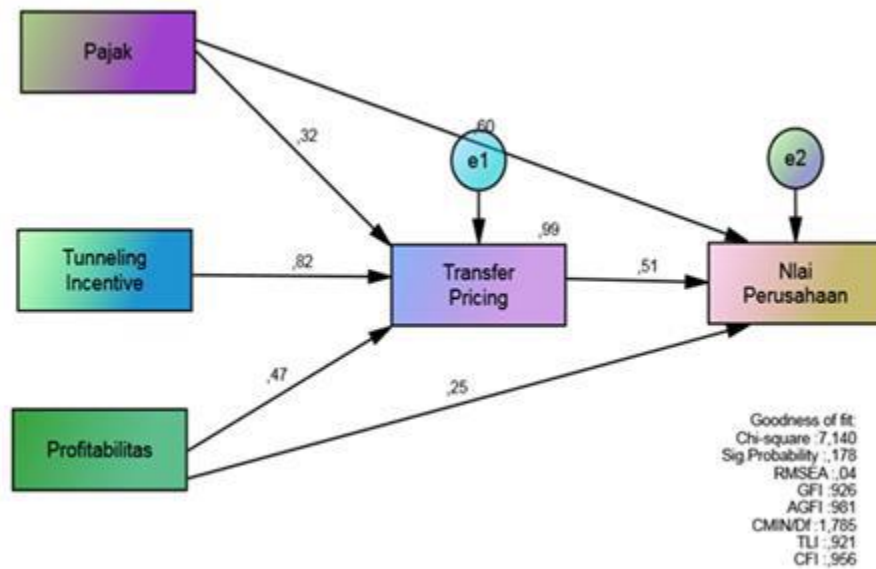
4.1 Pengujian Model

Berdasarkan uji model dengan pengolahan data menggunakan AMOS for windows version 22, hasil *goodness of fit* mengindikasikan bahwa model penelitian dapat diterima

dengan baik, karena memiliki ukuran statistik yang baik, sehingga model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2 Pengujian Hipotesis

Mengacu pada hipotesis, maka berikut adalah hasil pengembangan diagram jalur yang dibangun berdasarkan kajian teoritis yang menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel dalam penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan gambar struktural di atas, pengujian model dilakukan menggunakan koefisien regresi dengan hasil pada table berikut:

Tabel 1 Regression Weight

Pengaruh		Unstandar dized Estimate	Standard ized Estimate	S.E.	C.R.	P	Ket.
Z	<--- X1	,204	,324	,005	40,839	***	Sig
Z	<--- X2	,596	,817	,006	103,067	***	Sig
Z	<--- X3	,704	,466	,012	58,731	***	Sig
Y	<--- Z	,399	,508	,004	102,625	***	Sig
Y	<--- X3	,300	,253	,006	53,925	***	Sig
Y	<--- X1	,297	,599	,002	136,774	***	Sig

Sumber: data diolah peneliti (2018)

4.3 Analisis Model Pengukuran dengan Determinasi

Analisis model pengukuran dengan determinasi pengaruh pajak (X1), *tunneling incentive* (X2), profitabilitas (X3) terhadap *transfer pricing* (Z) dan pengaruh pajak (X1), profitabilitas (X3), *transfer pricing* (Z) terhadap nilai perusahaan (Y) dengan menggunakan *squared multiple correlations* dengan data dalam Tabel 2 berikut :

Tabel 2 *Squared Multiple Correlations*

	Estimate
Z	,990
Y	,997

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pajak dan *Transfer Pricing*

Dalam hal ini untuk meminimalisir beban pajak yang ditanggung perusahaan, salah satu upaya yang dapat diterapkan adalah *transfer pricing*. Hasil penelitian ini mengindikasikan tingginya efisiensi pajak menyebabkan kemungkinan perusahaan untuk mengambil keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* meningkat. Pajak dalam penelitian ini diproses dengan *effective tax rate* (ETR) yang diperoleh dengan melakukan perbandingan beban pajak dengan laba kena pajak. *Effective tax rate* (ETR) digunakan sebagai alat ukur dalam variabel ini sebab ETR dapat menilai seberapa efektif upaya perusahaan dalam menurunkan kewajiban pajaknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih *et al.* (2012), yang menyimpulkan bahwa beban pajak yang semakin besar dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Klassens *et al.* (2013), Marfuah *et al.* (2014) dan Mispiyanti (2015) yang menemukan adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.

4.4.2 *Tunneling Incentive* dan *Transfer Pricing*

Tunneling incentive yang tinggi menyebabkan transaksi *transfer pricing* juga meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yuniasih *et al.* (2012), Hartati *et al.* (2015), dan Mispiyanti (2015) yang mendapatkan hasil bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima dimana, *tunneling incentive* memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, karena *tunneling* merupakan perilaku pemegang saham mayoritas untuk melakukan intervensi terhadap perusahaan. *Transfer pricing* dianggap sebagai strategi untuk menjaga pertumbuhan laba perusahaan secara global dengan melakukan pergeseran laba dari perusahaan dengan potensi pembayaran pajak tinggi ke yang lebih rendah.

4.4.3 Profitabilitas dan *Transfer Pricing*

Tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi menyebabkan semakin besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pergeseran laba melalui praktik *transfer pricing*. Hal ini dilakukan untuk melindungi laba yang diperoleh agar terhindar dari kewajiban membayar pajak, karena laba yang tinggi akan menimbulkan kewajiban pajak yang tinggi pula. Hasil penelitian mengenai profitabilitas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2015) yang menyebutkan bahwa profitabilitas mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Investor menggunakan profitabilitas sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Dengan profitabilitas yang baik kemungkinan investor melakukan atau mempertahankan investasinya akan semakin besar.

4.4.4 Pajak dan Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ini dapat diartikan bahwa tingkat efisiensi pajak yang tinggi pada perusahaan, dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Tingginya efisiensi pajak yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengoptimalkan laba perusahaan. Dengan pertumbuhan laba yang konsisten dari tahun ke tahun akan menjaga kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sehingga investor akan memburu saham perusahaan tersebut dan akibatnya harga sahamnya akan naik.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardani (2017). Efisiensi pajak dilakukan dengan memanfaatkan kelemahan undang-undang perpajakan secara terstruktur sehingga menghasilkan beban pajak terutang yang lebih rendah. Beban pajak terutang yang rendah akan membuat laba setelah pajak dan bunga perusahaan menjadi tinggi. Laba yang tinggi menjadi sentimen positif bagi investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena permintaan saham perusahaan tersebut terus meningkat. Pada umumnya investor akan memilih menanamkan investasinya pada perusahaan dengan pertumbuhan laba yang konsisten.

4.4.5 Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ini dapat diartikan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sedana (2015) serta Pratama dan Wiksuana (2016). Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan meningkat sebagai akibat dari kinerja perusahaan yang baik. Hal ini menyebabkan kemampuan perusahaan dalam memberikan *return* berupa dividen kepada pemegang saham juga akan semakin meningkat. Tingginya tingkat *return* yang mungkin diterima oleh investor akan menimbulkan sentimen positif yang akan meningkatkan penilaian pasar terhadap perusahaan melalui peningkatan harga sahamnya.

4.4.6 *Transfer Pricing* dan Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis keenam ini dapat diartikan bahwa adanya keterikatan yang tinggi dengan pihak berelasi yang ditunjukkan melalui praktik *transfer pricing*, dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian oleh Lubis (2013).

Transfer pricing pada penelitian ini diproksikan dengan tingkat transaksi penjualan perusahaan kepada pihak berelasi. Praktik *transfer pricing* dilakukan sebagai upaya untuk menekan beban pajak perusahaan, sehingga dapat mengoptimalkan laba tahun berjalan. Peningkatan laba yang diperoleh akan memberikan optimisme bagi investor atas kinerja perusahaan pada periode mendatang yang akan terus membaik. Hal ini menjadi sentimen positif bagi pasar sehingga saham perusahaan akan meningkat nilainya karena dicari oleh investor untuk investasi.

Selain itu, ketika perusahaan memiliki hubungan afiliasi dengan pihak lain yang dinilai memiliki pengaruh yang kuat, maka hal ini akan memberikan sentimen positif terhadap penilaian pasar atas perusahaan tersebut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima dengan baik. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen bahwa pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas dan *transfer pricing* secara signifikan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan perlu melaksanakan

efisiensi pajak sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan *return* pemegang saham dan secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selama ini praktik *transfer pricing* dipandang sebagai tindakan yang negatif karena identik dengan rekayasa laporan keuangan dan penghindaran kewajiban perpajakan. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi kepada perusahaan afiliasi memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan. Praktik *transfer pricing* akan memberi kontribusi positif selama dijalankan sesuai dengan prinsip kewajaran. Sehingga temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu merubah paradigma yang berkembang bahwa *transfer pricing* hanya merupakan bagian dari strategi penghindaran pajak.

Selain memberikan kontribusi kepada pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pihak manajemen perusahaan yaitu perlunya melaksanakan efisiensi pajak sebagai bentuk strategi kebijakan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, pajak merupakan faktor yang terpenting untuk diperhatikan oleh perusahaan non-keuangan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena pajak memberikan pengaruh tertinggi terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan harus memperhatikan cara dan kebijakan efisiensi pajak sehingga mampu mengoptimalkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan. Adanya pertumbuhan laba dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga layak untuk dilakukan investasi. Pada kondisi ini investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan sehingga harga pasar saham perusahaan akan terus meningkat seiring dengan tingginya permintaan dan begitu pula dengan nilai perusahaan tersebut akan terus meningkat.

6. Penelitian Mendatang

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang nantinya diharapkan akan dijadikan pertimbangan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Penelitian ini menggunakan data pajak dan nilai perusahaan pada tahun 2016, yang mana pada tahun 2016 dilaksanakan kebijakan pengampunan pajak (*tax amnesty*) yang memberikan kesempatan bagi wajib pajak untuk memulai lembar baru dalam menjalankan kewajiban perpajakan mulai tahun pajak 2016. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan periode penelitian sehingga dapat diketahui perbandingan pajak perusahaan dan nilai perusahaan saat sebelum dan setelah kebijakan pengampunan pajak.

2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas dan *transfer pricing* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menguji variabel lain sehingga dapat diketahui variable – variable yang mempengaruhi dan dapat memperkuat nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- Ampriyanti, N., and Aryani, N. (2016). Pengaruh *Tax Avoidance* Jangka Panjang Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Karakter Eksekutif Sebagai Variabel Pemoderasi, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, **16** (3): 2231-2259.
- Hartati, W., and Julita. (2015). *Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia*, Simposium Nasional Akuntansi XVIII.
- Hasibuan, V., et al. (2016). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015, *Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya*, **39** (1): 139 – 147.
- Herawati, T. (2013). Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Universitas Negeri Padang*. **2** (2): 1-18.
- Jian and Wong. (2013). Corporate Ownership Structure and the Informativeness of Accounting Earnings in East Asia, *Journal of Accounting and Economics*, **33** (3): 401 – 425.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Klassen, K., Lisowsky, P., and Mescall, D. (2013). Transfer Pricing Strategies, Practices, and Tax Minimization. *Contemporary Accounting Research*, **34** (1): 455–493.
- Lestari, A. S., and Mursalin, A. (2016). Profitability and Company Value: Empirical Study of Manufacture Companies In Indonesia Period 2009-2014. *Information Management and Business Review*, **8** (3): 1-5.
- Lestari, N. (2014). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan, *AKUNTABILITAS*, **7** (1): 69-83.
- Lubis, A. W., Bukit, R., and Lubis, T. S. (2013). Pengaruh Pengeluaran Modal, Penelitian dan Pengembangan, Transaksi Hubungan Istimewa dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, **6** (1): 1-13.
- Marfuah and Azizah, A. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan, *JAAI*, **18** (2): 156 - 165.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing, *Jurnal of Accounting and Investment. Semarang*, **16** (1): 62 – 73.
- Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Gramedia.

- Pradnyana and Noviyari. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, **18** (2): 1398-1425.
- Pratama, I., and Wiksuana, I. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, **5** (2): 1338 – 1367.
- Samadiartha, I.N.D., and Darma, G.S. (2017). Dampak Sistem E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 75-103.
- Susilowati, Y. (2011). Reaksi Signal Rasio Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas terhadap Return Saham Perusahaan, *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, **3** (1): 17-37.
- Suwardika, I.N.A., and Mustanda, I.K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, **6** (3): 1248-1277.
- Wahab, N. A., and Holland, K. (2012). Tax Planning, Corporate governance dan Equity Value, *The British Accounting Review*, **44** (2): 111-124.
- Wijaya, B., and Sedana, P. (2015). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (kebijakan dividen dan kesempatan investasi sebagai variabel moderating, *E-Jurnal manajemen Unud*, **4** (12): 4477 – 4500.
- Wiksuana, I. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable Mediasi, **5** (2): 1338-1367.
- Winanto and Widayat. (2013). *Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Mekanisme Corporate Governance terhadap nilai perusahaan*, Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado.
- Yuniasih, W., Rasmini , N., and Wiakusuma, M. (2012). *Pengaruh Pajak Dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*, Simposium Nasional Akuntansi XV.
- Yuono, C.A.S., and Widyawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, **5** (6): 1-19.