

**PENGARUH TRANSFER PRICING DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK**
**(Studi Kasus pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Tahun 2016-2020)**

Sulastri Febriana
Arifatun Nasihah
Luslenika

Abstract

The purpose of this research is to examine and obtain empirical evidence regarding the effect of transfer pricing and earnings management on tax aggressiveness. The population of this study is the consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2020 period, totaling 67 companies. Based on the sample selection procedure, it is known that the number of samples set is 45 companies. The method used in this study is a quantitative method. This study uses a purposive sampling technique. Hypothesis testing is carried out using the Eviews 9 application. The data analysis in this study is multiple linear regression. The results of this study partially show that transfer pricing effects on tax aggressiveness and earnings management does not affect tax aggressiveness. Simultaneously transfer pricing, earnings management has no effect on tax aggressiveness.

Keywords : Transfer Pricing, Earnings Management, Tax Aggressiveness

Pendahuluan

Menghadapi era globalisasi yang saat ini semakin modern menyebabkan perekonomian di dunia berkembang sangat pesat. Persaingan yang ketat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya agar dapat menghasilkan laba yang besar. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sangat penting dimiliki sebagai faktor penentu bagi pihak eksternal dan internal dalam pengambilan keputusan. Laba yang semakin besar akan membuat perusahaan terlihat menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya (Salim, 2015:68). Laba yang dihasilkan perusahaan tidak menjamin bahwa seluruh informasi yang ada di laporan keuangan perusahaan telah sesuai dengan keadaan perusahaan sebenarnya. Perbedaan informasi antara investor dengan manajemen perusahaan memberikan kesempatan kepada manajer untuk menerapkan manajemen laba (*earnings management*) (Lasdi, 2012) dalam (Salim, 2015:69). Sulistyanto (2014:51) menyatakan manajemen laba (*earnings management*) merupakan aktivitas manajerial untuk mempengaruhi dan mengintervensi laporan keuangan dengan melakukan upaya merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan mempermainkan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan.

Dalam menghasilkan laba yang tinggi, perusahaan harus melakukan berbagai usaha diantaranya adalah melakukan *transfer pricing*. Didalam melakukan *transfer pricing* ada beberapa alasan mendasar yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan teori political cost,

pajak merupakan sifat yang memaksa dimana membuat pemerintah mempunyai tugas atau wewenang untuk mewajibkan suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak yang membuat perusahaan merasa mendapatkan tekanan karena harus secara rutin membayar pajak kepada negara.

Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengubah laporan keuangannya dengan maksud tertentu, seperti menaikkan laba yang dilaporkan atau mengurangi pembayaran pajak. Manajemen laba sering dilakukan dengan mengatur cara perusahaan mengakui pendapatan, mengendalikan biaya, atau menggunakan metode akuntansi tertentu. Ini dapat membantu perusahaan mengelola laba yang mereka laporkan.

Fenomena transfer pricing dan manajemen laba ini menarik untuk diteliti, karena keduanya bisa memengaruhi kebijakan perpajakan perusahaan dan bisa menyebabkan agresivitas pajak, yaitu usaha menghindari pajak secara agresif yang sering berkaitan dengan perencanaan pajak yang rumit dan terkadang berbatas hukum.

Agresivitas pajak tidak hanya berpengaruh pada perusahaan, tetapi juga pada penerimaan pajak negara. Ini dapat merugikan ekonomi negara. Di Indonesia, banyak perusahaan menghindari pajak dengan transfer pricing dan manajemen laba. Penting untuk mengetahui bagaimana kedua praktik tersebut memengaruhi agresivitas pajak di Indonesia, baik untuk perusahaan lokal maupun multinasional di Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat umum terjadi dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang kini menjadi perhatian publik karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. **Menurut Frank et al, (2009)** tindakan pajak agresif adalah suatu tindakan yang bertujuan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun secara ilegal (*tax evasion*).

Transfer Pricing

Transfer Pricing adalah transaksi barang dan jasa antar beberapa divisi pada suatu kelompok usaha yang tidak wajar dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau dengan menurunkan (*mark down*), yang kebanyakan dilakukan oleh perusahaan multinasional. Dimana perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi lebih dari satu negara di bawah pengendalian satu pihak tertentu **(Suyana 2012)**.

Manajemen Laba

Manajemen laba bisa menjadi salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan karena angka yang dilaporkan tidak mencerminkan kondisi sebenarnya digunakan oleh organisasi untuk mengatur atau memanipulasi laporan keuangan mereka demi pencapaian tujuan tertentu, seperti mencapai target laba yang ditetapkan, memenuhi harapan investor, atau mengoptimalkan persyaratan pajak. Melalui teknik-teknik tertentu, seperti penundaan pengakuan pendapatan atau percepatan pengakuan biaya, perusahaan berusaha untuk menciptakan laporan laba yang lebih menguntungkan atau lebih stabil dari

waktu ke waktu. Meskipun beberapa praktik manajemen laba sah dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku, terdapat pula praktik yang dapat dianggap sebagai manipulasi atau penipuan jika melanggar standar akuntansi yang berlaku. Oleh karena itu, manajemen laba yang dilakukan dengan cara yang tidak transparan atau tidak sesuai dengan prinsip akuntansi dapat merugikan kredibilitas laporan keuangan perusahaan (Satiman, 2019).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap Agresivitas Pajak

Transfer Pricing berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini menunjukkan bahwa beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba (Saraswati dan Sujana, 2017)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa beban pajak yang semakin besar akan memicu perusahaan melakukan *transfer pricing*. Maka Hipotesis yang kedua adalah hasil penelitian menunjukkan bahwa *Transfer Pricing* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak, Suprihatin (2016).

H1: Diduga *Transfer Pricing* berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Hubungan antara manajemen laba dengan agresivitas terjadi, karena adanya manipulasi atau campur tangan seorang manajer untuk mengubah tampilan perfoma laba yang di sajikan di laporan keuangan demi menghindari tingginya pajak yang harus dibayarkan. Semakin tinggi manajemen laba yang dilakukan semakin tinggi pula praktik agresivitas pajak yang dilakukan guna mendukung terwujudnya keinginan perusahaan untuk mendapatkan laba yang besar tanpa harus membayar pajak yang tinggi (Nila, 2019)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manajemen laba yang dilakukan semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak. Maka Hipotesis yang kedua adalah hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Laba berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak, (Hidayah, 2019).

H2 : Diduga Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh *Transfer Pricing*, Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak

Tranfer Pricing adalah transaksi barang dan jasa antar beberapa divisi pada suatu kelompok usaha yang tidak wajar dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau dengan menurunkan (*mark down*), yang kebanyakan dilakukan oleh perusahaan multinasional. Dimana perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi lebih dari satu negara di bawah pengendalian satu pihak tertentu (Suyana 2012).

H3 : Diduga *Transfer Pricing* dan Manajemen Laba dapat mempengaruhi Agresivitas Pajak.

Metode Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti dalam bentuk sudah jadi yang merupakan hasil dari pengumpulan dan pengolahan pihak lain. Sehingga penelitian ini dilakukan merupakan observasi tidak langsung berupa data sekunder dengan data yang sudah ada dan dapat di akses melalui website www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com. Alasan memilih Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga dapat melakukan perbandingan antara perusahaan satu dengan yang lain, data yang dibutuhkan mudah untuk didapatkan dan lengkap.

Operasional Variabel Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang besar kecilnya dipengaruhi oleh nilai dari variabel bebas variabel dependen sering juga disebut sebagai variabel terikat atau variabel tidak bebas dan menjadi perhatian utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini Agresivitas Pajak dijadikan sebagai variabel dependen. Agresivitas pajak merupakan keinginan Wajib Pajak (WP) untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar dengan cara yang legal, illegal maupun kedua-duanya. Dalam melakukan pengukuran Agresivitas Pajak peneliti menggunakan metode *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

CETR menggambarkan persentase total pajak penghasilan yang diperoleh. Semakin rendah CETR yang dimiliki perusahaan (mendekati 0), maka semakin agresif suatu perusahaan terhadap pajak penghasilan yang harus dibayarkan. Rasio CETR dihitung dengan:

$$CETR = \frac{\text{Jumlah pajak yang dibayar}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

Variabel Independen

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen yang diteliti yaitu *Transfer Pricing* (X1), Manajemen Laba (X2), variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Transfer Pricing

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Transfer Pricing*. Berdasarkan penelitian Refgia (2017) *transfer pricing* merupakan kebijakan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dalam menentukan harga transfer. Tujuan dari harga transfer adalah memaksimalkan laba dalam melakukan transaksi seperti barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi finansial. Penelitian ini menggunakan nilai transaksi pihak berelasi karena *transfer pricing* dan transaksi pihak berelasi merupakan transaksi yang mempunyai hubungan istimewa. Rumus untuk melakukan *transfer pricing* adalah :

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{piutang transaksi pihak berelasi}}{\text{total piutang}} \times 100\%$$

2. Manajemen Laba

Manajemen Laba adalah tindakan merekayasa laporan keuangan terutama untuk merekayasa laba perusahaan agar sesuai dengan yang diinginkan. Motivasi tertentu dapat mendorong manajer untuk melaporkan kegiatan atau laporan keuangan sesuai dengan apa yang diinginkan atau dikatakan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Tindakan perekayasaan laba ini justru akan berdampak negatif dimana akan berpengaruh terhadap kualitas laba yang menurun dan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang didasarkan pada data laba atau keseluruhan laporan keuangan. (Hery, 2015).

Ukuran manajemen laba dalam penelitian ini adalah menggunakan nilai *Discretionary Accruals* (DA) dihitung dengan cara menyelisihkan *total accruals* dan *non discretionary accruals*. *Discretionary accruals* mencerminkan komponen yang dapat dimanipulasi oleh manajer yang meliputi empat tahapan, yaitu:

1. Menghitung *total accruals* yang dihitung dengan rumus:

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

2. Menghitung nilai *discretionary accruals* sebagai ukuran manajemen laba dengan rumus :

$$\frac{TAC_{it}}{TA_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

3. *Nondiscretionary Total Accrual* (NDTA), dengan rumus :

$$NDTA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it} - \Delta Rec_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right)$$

4. *Discretionary Total Accrual* (DTA), dengan rumus :

$$DTA_{it} = \frac{TAC_{it}}{TA_{it-1}} - NDTA_{it}$$

Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016 -2020 yang berjumlah sebanyak 67 perusahaan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Berdasarkan prosedur pemilihan sampel diketahui jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 45 perusahaan.

Metode Analisis Data

Uji Analisis Deskriptif

Menurut Sujarweni (2014:11) statistik deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lain. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mean*, maksimum, minimum, dan standar deviasi.

Penentuan Model Estimasi Regresi Data Panel

Common Effect Model

Regresi *common effect model* mengasumsikan bahwa data gabungan yang ada menunjukkan kondisi sesungguhnya dan hasil dari analisis tersebut dianggap berlaku pada semua objek pada semua waktu Setyaningrum (2017) dalam (Ardiansyah, 2019).

Fixed Effect Model

Regresi *fixed effect model* mengasumsikan bahwa data gabungan yang telah ada memiliki konstanta dan koefisien regresi yang tetap untuk berbagai periode waktu Setyaningrum (2017) dalam (Yurachma, 2018).

Random Effect Model

Regresi *random effect model* digunakan untuk mengatasi kelemahan metode dari *fixed effect model* yang menggunakan variabel semu. Metode *random effect model* menggunakan residual yang diduga memiliki hubungan antar waktu dan antar objek (Winarno, 2015).

Tahapan Pemilihan Model Persamaan Data Panel

Model yang paling tepat digunakan dalam mengolah data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan, diantaranya:

Uji Chow

Uji chow merupakan uji untuk menentukan model terbaik antara *fixed effect model* dengan *common effect model* yang akan digunakan untuk melakukan regresi data panel. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji chow adalah sebagai berikut:

1. Estimasi dengan *fixed effect model*.
2. Uji dengan menggunakan *chow test*.
3. Melihat nilai *probability F* dan *chi-square* dengan asumsi :
 - a) Apabila nilai *probability F* dan *chi-square* $> \alpha = 0,05$, maka uji regresi data panel menggunakan model *common effect*.
 - b) Apabila nilai *probability F* dan *chi-square* $< \alpha = 0,05$, maka uji regresi data panel menggunakan model *fixed effect*.

Uji Hausman

Uji hausman test dilakukan untuk membandingkan atau memilih model mana yang terbaik antara FE dan RE yang akan digunakan untuk melakukan regresi data panel. Langkah-langkah yang dilakukan dalam hausman test adalah sebagai berikut :

1. Estimasi dengan random effect.
2. Uji dengan menggunakan hausman test.
3. Melihat nilai *probability F* dan *chi-square* dengan asumsi :
 - a) Bila nilai *probability F* dan *chi-square* $> \alpha = 0,05$ maka uji regresi panel data menggunakan model random effect.

- b) Bila nilai probability F dan chi-square $< \alpha = 0,05$ maka uji regresi panel data menggunakan model fixed effect.

Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah data analisis dengan menggunakan random effect atau common effect. Uji ini digunakan ketika dalam pengujian uji chow yang terpilih adalah model common effect. Melakukan uji lagrange multiplier test data juga diregresikan dengan model random effect dan model common effect dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$ (maka digunakan model common effect)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ (maka digunakan model random effect)

Pedoman yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan uji hausman adalah sebagai berikut :

a) Jika nilai statistik LM $< 0,05$ nilai chi-square, maka H_0 ditolak, yang artinya model random effect.

b) Jika nilai statistik LM $> 0,05$ nilai chi-square, maka H_0 diterima, yang artinya model common effect.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Apabila asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk melakukan pengujian asumsi normalitas data tersebut dilakukan dengan menggunakan pengujian Jarque Berra (JB), uji ini untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal jika probabilitas JB hitung lebih besar dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal, tetapi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal Winarno (2015:54) dalam (Yurachma, 2018).

Uji Multikolineritas

Multikolineritas adalah kondisi adanya hubungan linier antar variabel independen, karena melibatkan beberapa variabel independen, maka multikolinieritas tidak akan terjadi pada persamaan regresi sederhana yang terdiri atas satu variabel dependen dan satu variabel independen Winarno (2011) dalam (Utari, 2016).

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen Ghazali (2013) dalam (Utari, 2016).

Uji Autokolerasi

Autokolerasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya Winarno (2011) dalam (Utari, 2016). Menurut Winarno (2015:53) dalam (Yurachma, 2018) autokolerasi bertujuan untuk megudi apakah dalam model regresinya ada

kolerasi antara kesalahan pengganngu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), jika terjadi kolerasi maka dinamakan ada probel autokolerasi untuk mengetahui adanya autokolerasi dalam penelitian ini digunakan uji *Breusch Godfrey Serial Correlation LM Test*.

Uji Heteroskedastisitas

(Winarno, 2015) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksaamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini melakukan pengujian dengan *white*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi data panel merupakan metode analisis yang dikumpulkan dari waktu ke waktu (*time series*) pada beberapa objek (*cross section*) yang berasal dari beberapa individu yang sama. Dalam penelitian ini, peniliti menggunakan alat bantu dalam analisis data berupa *software Eviews*. Menurut (Afriyan, 2018) model regresi panel secara umum dapat dinyatakan dalam berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

ε = Standar Kesalahan

Dilanjut oleh Widarjono (2009) dalam (Utari, 2016) menyatakan bahwa analisis regresi data panel memiliki tiga macam model, yaitu : *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Menurut Widarjono dalam (Utari, 2016) terdapat langkah pengujian yang harus dilakukan untuk menentukan model yang tepat, yaitu:

a. Uji Chow

Widarjono (2009) dalam (Utari, 2016) menyatakan bahwa dalam melakukan pengambilan keputusan atas hipotesis dalam uji *chow* ini dilakukan melalui uji statistic F dan uji statistic *log likelihoodratio* (uji LR). Berikut hipotesis yang digunakan oleh Widarjono (2009) dalam (Utari, 2016):

H_0 = Menggunakan model *Common Effect*

H_a = Menggunakan model *Fixed Effect*

Dengan kriteria pengujian, H_0 diterima apabila nilai probabilitas pada *Cross section Chi Square* $> 0,05$ dan H_a diterima apabila nilai probabilitas pada *Cross section Chi Square* $< 0,05$ maka dapat diambil keputusan, bahwa H_0 ditolak maka *model fixed effect* lebih baik dari pada *common effect* (Utari, 2016).

b. Uji Hausman

Hausman test adalah pengujian statistic untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan (Afifyan, 2018). Menurut (Christi & Titik, 2015) pengujian uji *hausman* dilakukan dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

H_0 = Metode *fixed effect*

H_1 = Metode *random effect*

Jika statistik *hausman* . nilai kritisnya (*Chi-Square 5%, df*), maka model yang digunakan adalah *fixed effect*. Sedangkan, jika nilai statistik *hausman* < nilai kritisnya (*Chi-square 5%, df*), maka model yang tepat digunakan adalah *random effect* (Christi & Titik, 2015).

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil atau semakin mendekati 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien diterminasi yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data *cross-section* relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan Ghozali (2013) dalam (Afifyan, 2018).

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F bertujuan untuk menentukan signifikan pengaruh variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen. Uji simultan menggunakan uji F, apabila nilai prob F < tingkat signifikansi 5% (0,05) dapat disimpulkan variable independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen Ghozali (2013:98) dalam (Yurachma, 2018).

Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari tiap-tiap variable bebas terhadap variable terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau $H_0 : b_i = 0$. Artinya variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variable dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variable tersebut merupakan variabel dependen. Uji parsial menggunakan uji t, apabila nilai p-value < tingkat signifikansi 5% dapat disimpulkan terhadap pengaruh yang signifikan dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat Ghozali (2013:101) (Yurachma, 2018).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini seluruh perusahaan *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan pada metode penelitian, diketahui bahwa perusahaan yang memenuhi kriteria penyampelan sebanyak 14 perusahaan. Namun setelah dilakukan pengujian awal, terdapat beberapa data yang mengalami Outlier yaitu data yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Data yang ekstrim tidak dapat digunakan sebagai sampel karena akan mempengaruhi hasil. Berdasarkan prosedur pemilihan sampel diketahui jumlah perusahaan yang ditetapkan sebagai sampel penelitian sebanyak 14 perusahaan. Adapun periode amatan pada penelitian ini yaitu selama 5 tahun penelitian, sehingga jumlah sampel yang diperoleh secara keseluruhan sebanyak 70 sampel. Sebanyak 25 sampel merupakan data outlier sehingga harus dikeluarkan dari model penelitian.

Tabel Prosedur Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Pelanggaran Kriteria	Akumulasi
1	Perusahaan <i>consumer goods industry</i> yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai tahun 2020.	31	67
2	Perusahaan menerbitkan laporan keuangan lengkap dimana dapat diperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini		36
3	Perusahaan menggunakan mata uang Rupiah dan menggunakan tahun buku 1 Januari sampai dengan 31 Desember.	0	36
4	Perusahaan tidak mengalami kerugian sebelum pajak karena dasar pengenaan pajak penghasilan adalah <i>Income Before tax</i>	22	14
Jumlah perusahaan sampel			14
Dikurangi perusahaan outlier			5
Jumlah perusahaan sampel			9
Dikalikan periode penelitian			5
Total Sampel			45

Sumber : hasil data diolah oleh peneliti (2021)

Berikut Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian :

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DVLA	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk
2	HMSM	PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
3	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
4	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
5	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk

6	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
7	STTP	PT. Siantar Top Tbk
8	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
9	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

Sumber: Ulum (2009)

Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dapat dilihat dari rata-rata (*mean*), *median*, *modus*, *standar deviasi*, nilai maksimum dan minimum (Ghozali, 2013:19). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen (Y1) yaitu agresivitas pajak, variabel independen (X1) yaitu *transfer pricing* serta variabel independen (X2) yaitu manajemen laba. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian statistik deskriptif yang telah diperoleh menggunakan Eviews 9:

Hasil Analisis Deskriptif

	X1	X2	Y
Mean	0.278164	-0.028170	0.249829
Median	0.064592	-0.029080	0.252525
Maximum	0.976097	0.109965	0.319479
Minimum	0.000405	-0.179288	0.187406
Std. Dev.	0.334450	0.056848	0.024117
Skewness	0.720475	-0.196331	-0.117192
Kurtosis	1.731615	3.501248	4.137560
Jarque-Bera	6.909628	0.760185	2.529334
Probability	0.031593	0.683798	0.282333
Sum	12.51739	-1.267649	11.24230
Sum Sq.			
Dev.	4.921701	0.142194	0.025592
Observation			
s	45	45	45

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terdapat hasil sebagai berikut :

1. Transfer Pricing

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa nilai Transfer Pricing (X1) yang diukur dengan skala nilai transaksi pihak berelasi memiliki nilai *minimum* sebesar 0.000405, nilai *maximum* sebesar 0.976097, nilai *mean* sebesar 0.278164 dan nilai *standard deviation* sebesar 0.334450.

2. Manajemen Laba

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa nilai Manajemen Laba (X2) yang diukur dengan skala *Discretionary Accruals* (DA) memiliki nilai

minimum -0.179288, nilai *maximum* sebesar 0.109965, nilai *mean* sebesar-0.028170, dan nilai *standard deviation* sebesar 0.056848.

3. Agresivitas Pajak

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa nilai Agresivitas Pajak (Y) yang diukur dengan skala *Cash Effective Tax Rate* (CETR) memiliki nilai *minimum* 0.187406, nilai *maximum* sebesar 0.319479, nilai *mean* sebesar 0.249829 dan nilai *standard deviation* sebesar 0.024117.

Uji Estimasi Model Regresi Data Panel *Common Effect Model*

Variable	Coefficient
C	0.252319
X1	-0.008857
X2	0.000935
R-squared	0.015064
Adjusted R-squared	-0.031837
S.E. of regression	0.024498
Sum squared resid	0.025206
Log likelihood	104.6127
F-statistic	0.321190
Prob(F-statistic)	0.727051

Berdasarkan tabel bentuk dari regresi *common effect* memiliki nilai konstanta 0.252319, nilai Transfer Pricing (X1) sebesar -0.008857 dan nilai Manajemen Laba (X2) sebesar 0.000935.

Fixed Effect Model

Variable	Coefficient
C	0.265228
X1	-0.054472
X2	0.008776

Berdasarkan tabel diatas bentuk dari regresi *fixed effect model* memiliki nilai konstanta 0.265228, nilai Transfer Pricing (X1) sebesar -0.054472, dan nilai Manajemen Laba (X2) sebesar 0.008776.

Random Effect Model

Variable	Coefficient
C	0.254614
X1	-0.016343

X2 0.008495

Berdasarkan tabel diatas bentuk dari regresi *random effect model* memiliki nilai konstanta 0.254614, nilai Transfer Pricing (X1) sebesar -0.016343, dan nilai Manajemen Laba (X2) sebesar 0.008495.

Uji Chow

Ketentuan dalam uji *chow* adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* > 0.05, maka H0 diterima, yang artinya menggunakan *common effect model*.
2. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* < 0.05, maka H0 ditolak, yang artinya menggunakan *fixed effect model*.

Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
<hr/>			
Cross-section F	6.858982	(8,34)	0.0000
Cross-section Chi-square	43.23757	6	80.0000

Berdasarkan tabel diatas nilai yang terdapat pada nilai *cross-section chi-square* menunjukkan angka 0,0000. Artinya nilai pada probabilitas menunjukkan <0,05 pada nilai *cross-section chi-square*, sehingga *fixed effect model* yang tepat digunakan dalam uji *chow* pada penelitian ini.

Uji Hausman

1. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* > 0.05, maka H0 diterima, yang artinya menggunakan *random effect model*.
2. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* < 0.05, maka H0 ditolak, yang artinya menggunakan *fixed effect model*.

Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
<hr/>			
Cross-section random	0.773669	2	92

Lagrange Multiplier (LM)

1. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* > 0.05, maka H0 diterima, yang artinya menggunakan *common effect model*.
2. Jika nilai *probability Cross-section Chi-square* < 0.05, maka H0 ditolak, yang artinya menggunakan *random effect model*.

Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	23.31540 (0.0000)	1.370195 (0.2418)	24.68560 (0.0000)

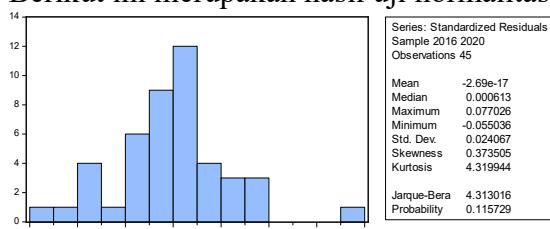
Berdasarkan tabel 4.8, nilai Breusch-Pagan pada *cross-section* menunjukkan angka 0,0000. Artinya nilai Breusch-Pagan pada *cross-section* <0,05, sehingga *random effect model* yang tepat digunakan dalam uji *lagrange multiplier* (LM) pada penelitian ini. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji *chow*, uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier* (LM) dapat disimpulkan bahwa model yang terpilih adalah *Random Effect Model* sebagaimana yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Hasil Model Terbaik

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji Chow	CEM vs FEM	<i>Fixed Effect Model</i>
2	Uji Hausman	FEM vs REM	<i>Random Effect Model</i>
3	Uji Lagrange Multiplier (LM)	CEM vs REM	<i>Random Effect Model</i>

Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil uji normalitas :



Sumber: Hasil data sekunder Eviews 9 diolah oleh peneliti (2021)

Apabila nilai dari Probability > 0,05 dan tidak menghasilkan data normal apabila nilai signifikan dari Probability < 0,05. Dalam grafik di atas menunjukan bahwa nilai Probability sebesar 0.115729. Maka, hasil uji normalitas tersebut nilai Probability lebih dari

pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu $0.115729 > 0,05$, sehingga uji normalitas dalam penelitian ini menghasilkan data yang normal.

Uji Multikolinearitas

Berikut ini merupakan hasil uji multikolinearitas :

	X1	X2
X1	1.000000	0.046972
X2	0.046972	1.000000

Dalam uji multikolinearitas, hubungan atau kolerasi antar variabel tidak boleh $> 0,90$ agar terhindar dari multikolinearitas. Pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai untuk setiap variabel independen *transfer pricing* (X1) sebesar 0.046972, dan manajemen laba (X2) sebesar 0.046972. Maka, dapat disimpulkan bahwa dari masing-masing variabel memiliki nilai $< 0,90$ artinya pada uji multikolinearitas dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

	0.44476	Prob.
F-statistic	0F(5,38)	0.8143
	2.43257	Prob. Chi-
Obs*R-squared	2Square(5)	0.7866
Scaled	3.06666	Prob. Chi-
explained SS	0Square(5)	0.6897

Dalam uji heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak. Berdasarkan tabel 4.12 di atas, nilai probabilitas *chi-square* pada bagian Obs*R-Square sebesar 0.7866 > 0.05 . sehingga H_0 diterima, yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada struktur modal.

Uji Autokolerasi

Hasil Uji Autokolerasi

Breusch-Godfrey Serial
Correlation LM Test:

	Prob.
F-statistic	0.827045F(2,39)

Obs*R-squared	Prob. Chi-square(2)	Chi-Square(2)
1.790224	0.4086	

Dari tabel diatas, nilai pada *probability chi-square* sebesar 0.4086 yang mana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0.05. Maka nilai *probability chi-square* $0.4086 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokolerasi dalam struktur modal penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Data Panel

Hasil Uji Analisis Regresi Data

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.254614	0.009601	26.51920	0.0000
X1	-0.016343	0.020804	-0.675572	0.0293
X2	0.008495	0.049949	0.170073	0.8658

Berdasarkan tabel di atas, maka model persamaan regresi data panel untuk struktur modal dapat disusun $Y = 0.254614 - 0.016343 + 0.008495$ Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil persamaan regresi, sebagai berikut:

- Nilai koefisien konstanta Y (agresivitas pajak) sebesar 0.254614, artinya apabila variabel *transfer pricing* dan manajemen laba dianggap konstan, maka nilai agresivitas pajak sebesar 0.254614.
- Variabel X1 yaitu *transfer pricing* mempunyai nilai sebesar -0.016343, artinya setiap peningkatan *transfer pricing* dalam satu periode, maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar -0.016343 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Variabel X2 yaitu manajemen laba mempunyai nilai sebesar 0.008495, artinya setiap peningkatan manajemen laba dalam satu periode, maka akan meningkatkan agresivitas pajak sebesar 0.008495 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Weighted Statistics		
R-squared	0.0155 34dependent var	0.0834 07
Adjusted R-squared	0.0313 46dependent var	0.0163 39
S.E. of regression	0.0165 93resid	0.0115 64
F-statistic	0.3313	Durbin-Watson 1.6185

54Watson stat	85
Prob(F-statistic)	0.719811

Model persamaan regresi data panel pada tabel diatas menggunakan *random effect model* dengan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.015534. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel intervening. Terlihat bahwa nilai *Adjusted R-square* sebesar 1.5534%. Artinya *transfer pricing* dan *agresivitas pajak* hanya memiliki porsi pengaruh terhadap manajemen laba sebesar 1.5534% dan sisanya 99.2366% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji Statistik F

Weighted Statistics

	Mean dependent	
R-squared	0.015534	var
Adjusted R-squared	-0.031346	var
S.E. of regression	0.016593	resid
F-statistic	0.331354	stat
Prob(F-statistic)	0.719811	

Pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa nilai *F-statistic* hitung sebesar 0.331354 dengan nilai signifikan 0.719811. Nilai signifikansi $0.719811 > 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini ditolak karena tidak adanya keterkaitan atau tidak ada pengaruh antara variabel *transfer pricing* dan manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficie nt	Std. Error	t-Statistic	t-Prob.
C	0.254614	1	0	0.0000
X1	-0.016343	4	2	0.0293
X2	0.008495	9	3	0.8658

Dalam pengujian ini, diketahui persamaan pertama diperoleh nilai t_{hitung} dalam regresi menunjukkan pengaruh variabel *transfer pricing*, agresivitas dan manajemen laba, dapat dicari dengan *degree of freedom* (*df*) = $n - k - 1$ ($45 - 2 - 1 = 42$) untuk jumlah

sampel (n) = 45, taraf signifikan α = 0,05 sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,682 . Berdasarkan hasil data di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

4.2.6.3.1 Pengaruh Langsung

1. Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat untuk pengujian *transfer pricing* (X1) terhadap agresivitas pajak (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0.675572 dengan nilai sig 0.0293 sedangkan t_{tabel} 1.682 dengan nilai sig 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0.675572 < 1.682$. Selanjutnya nilai sig 0.0293 < 0.05, maka *transfer pricing* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak atau H1 diterima.

2. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat untuk pengujian manajemen laba (X2) terhadap agresivitas pajak(Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.170073 dengan nilai sig 0.8658 sedangkan t_{tabel} 1.682 dengan nilai sig 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0.170073 < 1.682$. Selanjutnya nilai sig 0.8658 > 0.05, makamanajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak atau H2 ditolak.

3. Pengaruh *Transfer Pricing* dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai F-statistic hitung sebesar 0.331354 dengan nilai probality 0.719811. Nilai probality 0.719811 > 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini ditolak karena tidak adanya keterkaitan atau tidak ada pengaruh antara variabel *transfer pricing* dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian hipotesis pada pemasalahan yang diangkat mengenai pengaruh *transfer pricing* dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak(studi empiris pada perusahaan *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020). Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. *Transfer pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini dapat diartikan bahwa *Transfer pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena adanya pemberian jasa atau perjanjian kerjasama timbal balik antara pihak berelasi.
2. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin manajemen tidak bertindak agresif terhadap laporan keuangan yakni manajemen laba maka diindikasikan manajemen bertindak tidak agresif terhadap pajak guna menghindari pembayaran yang tinggi.
3. *Transfer Pricing* dan Manajemen Laba tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini menunjukkan bahwa *Transfer Pricing* akan menguntungkan perusahaan karena biaya yang dikeluarkan rendah maka akan menurunkan manajer dalam melakukan manajemen laba. Dengan menurunnya manajemen laba dengan tidak membesar-besarkan laba pada laporan keuangan maka tingkat agresivitas pajak perusahaan akan menurun.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, A. (2019). *Analisis Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Anggraini W, Jogiyanto HM. Penelitian Tentang Informasi Laba dan Dividen Kas yang Dibawa Oleh Pengumuman Pemecahan Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 2000;2(1):1-2.
- Anggraini ND, Hamdi M, Putri D. Pengaruh Transfer Pricing, Kualitas Audit Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). *Jurnal Fakultas Ekonomi*. 2018 Aug 23;13(1).
- Azizah, Nur, dan Kusmuriyanto, 2016. “*The Effect of Related Party Transactions on Tax Avoidance* :” 5 (4): 307–17.
- Brigham EF, Houston JF. Manajemen Keuangan. Buku 1 edisi 8. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Diana, Anastasia, 2018. Perpajakan (Panduan Pembelajaran dan Penerapan). Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta
- Gusnardi, 2009. “Penetapan Harga Transfer dalam Kajian Perpajakan”. *Jurnal Pekbis*, 1(1), 36-43.
- Gumara, F. (2018). *Analisa Struktur Modal dan Kepemilikan Manajerial serta Implikasinya Terhadap PPh Badan Terutang*. Jakarta: Indonesia Banking School.
- Kurniawan, Murry Anang, 2015. Buku pintar *Transper Pricing* untuk kepentingan pajak. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Indriaswari, Yasfiana Nuril, 2017. Pengaruh Pajak, *Tunneling incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan.
- Lucy Tania, Yolanda Putri, 2014. “Pengaruh Likuiditas, Manajemen Laba dan *Corporate Governance* Terhadap Agresivitas pajak Perusahaan”. *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang* Vol 2, No 1.
- Lilik, Hermanto, 2019. “ Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak dengan *Good Corpotare Governance* dan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Pemoderasi” *Jurnal EMBA* Vol.8 No.4
- MN Hidayah, 2019. Pengaruh *Tranfer Pricing* dan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba.
- Mangoting Y. Aspek perpajakan dalam praktek transfer pricing. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 2000;2(1):69-82.
- Nugraha NB, Meiranto W. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2012-2013)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Novitasari, Shelly, 2017. “Pengaruh Manajemen Laba, *Corporate Governance*, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada

- Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2010-2014)." JOM Fekon 4 (1): 1901–14.
- Putri LT. Pengaruh likuiditas, manajemen laba dan corporate governance terhadap agresivitas pajak perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2008-2012). Jurnal Akuntansi. 2014 Oct 4;2(3).
- Purwanganono, rlang Anugrahendra, 2015. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak". Universitas Diponegoro : Semarang. Skripsi. Tidak dipublikasikan.
- Putri, NR, & Irawati, W. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Effective Tax Rate terhadap Kebijakan Dividen dengan Likuiditas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 93-108.
- Refgia, 2017. Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan *Transfer Pricing* pada Perusahaan yang Listing di BEI tahun 2016-2017. Skripsi Jurusan Akuntansi General Achmad Yani University.
- Saraswati, Gusti. Ayu., Sujana, I Ketut, 2017."Pengaruh pajak, Mekanisme Bonus, Dan *Tunneling Incentive* Pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*" E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 19, (2), pp: 1000-1029
- M Satiman, 2019. [Pengaruh Free Cash Flow, Good Corporate Governance, Kualitas Audit, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba](#). *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting*.
- Sapta Setia Darma (2019). Pengaruh *Related Party Transaction* dan *Thin Capitalization* Terhadap Strategi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2016.
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan ke-16, Alfabeta: Bandung.
- Suyanto KD, Supramono S. Likuiditas, leverage, komisaris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak perusahaan. Jurnal Keuangan dan Perbankan. 2012;16(2).
- S Suprihatin, 2016. Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada seluruh perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
- Tiaras, Irvan, dan Henryanto Wijaya, 2015. "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak." Jurnal Akuntansi XIX (3): 380–97
- Wahyono R. Erdianto Setyo. 2012. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi.;1(12).
- Wirahadi Ahmad, A., & Septiani, Y. (2008). Konflik Keagenan: Tinjauan Teoritis dan Cara Menguranginya. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 3(2), 47-55.