MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENGARUH *TRANSFER PRICING*, *TUNNELING INCENTIVE* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK
(Studi Empiris Pada Sektor *Consumer Non-Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2023)

Nabila Aliya Rahma Suwanda[1], Luh Nadi[2]
Akuntansi, Universitas Pamulang
nabilaaliyar@gmail.com[1], niluhnadi29@gmail.com [2]

Abstract
This research aims to determine and prove the effect of transfer pricing, tunneling incentives and sales growth on tax avoidance in companies in the Consumer Non-Cyclical sector in 2019 - 2023. The determination of the sample in this study used purposive sampling and obtained a sample of 10 companies listed on the IDX. The data analysis used was panel data regression analysis with processing and using Eviews 12SV software. The results of this study indicate that partially Transfer Pricing has no effect on tax avoidance, tunneling incentives have an effect on tax avoidance and sales growth has no effect on tax avoidance. While simultaneously transfer pricing, tunneling incentives and sales growth together have an effect on tax avoidance.

Keywords: Transfer Pricing, Tunneling Incentives, Sales Growth, Tax Avoidance

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *transfer pricing, tunneling incentive* dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak. pada sektor perusahaan *Consumer Non Cyclical* 2019 – 2023. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan yang terdaftar di BEI. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan pengolahan dan menggunakan *software Eviews* 12SV. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Transfer Pricing* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, *tunneling incentive* berpengaruh terhadap penghindaran pajak dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Adapun secara simultan *transfer pricing, tunneling incentive* dan pertumbuhan penjualan bersama-sama berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

Kata Kunci: *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive*, Pertumbuhan Penjualan. Penghindaran Pajak

Article history
Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

1. Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar pemerintah dan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan infrastruktur, pemberian subsidi, pinjaman, belanja pemerintah, dan fasilitas umum lainnya. Pajak juga merupakan sumbangan wajib kepada negara yang terutang oleh perseorangan atau badan hukum, yang diwajibkan menurut undang-undang tanpa imbalan apa pun dan digunakan langsung untuk keperluan negara dan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan rakyat (Juliana et al., 2020).
Pemerintah telah berusaha untuk meningkatkan penerimaan pajak, namun masih menghadapi kendala seperti aktivitas penghindaran pajak.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Indonesi Periode 2019-2023

Gambar 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Indonesia Periode 2019-2023
Sumber : pajak.go.id 22 Jan 2024

Data tersebut memperlihatkan realisasi penerimaan pajak dari tahun 2019-2023 terjadi peningkatan dan penurunan setiap tahunnya, pertumbuhan pembayaran pajak serta kepatuhan masyarakat indonesia cenderung mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir (2019-2023). Pembayaran pajak pada tahun 2019 tercatat sebesar Rp1.332,67 triliun dengan pertumbuhan sebesar 1,5 persen. Namun pada tahun 2020 pembayaran pajak mengalami penurunan menjadi Rp1.072,11 triliun dengan penurunan pertumbuhan sebesar 19,6 disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19, yang melumpuhkan aktivitas ekonomi serta pendapatan masyarakat. Namun demikian, pada tahun 2021 untuk pertama kalinya, realisasi pajak melebihi target, menunjukkan pemulihan ekonomi kembali ke zona positif dengan penerimaan pajak sebesar Rp1.278,63 triliun dengan pertumbuhan sebesar 19,3 persen. Capaian ini menunjukkan keberhasilan pemerintah dalam memulihkan sektor ekonomi pasca pandemi. Kemudian pada tahun 2022 penerimaan tumbuh jauh melampaui target dengan penerimaan pajak sebesar Rp1.716,77 triliun dengan pertumbuhan sebesar 34,3 persen. Lalu penerimaan pajak di tahun pajak terakhir yaitu ditahun 2023 sebesar Rp1.869,23 triliun dengan pertumbuhan sebesar 8,9 persen hal tersebut mencerminkan stabilitas ekonomi dalam hal penerimaan pajak di Indonesia yang semakin konsisten. www.pajak.go.id. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak mengalami penurunan pada tahun 2021 disebabkan karena adanya pandemi COVID-19. Pada tahun 2022-2023 penerimaan pajak menunjukkan peningkatan yang konsisten, mencerminkan pemulihan ekonomi yang kuat serta keberhasilan berbagai kebijakan reformasi perpajakan yang dilakukan pemerintah.

Penghindaran pajak *(tax avoidance)* adalah usaha yang dilakukan oleh wajib pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar secara legal, yaitu dengan memanfaatkan celah atau kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan. (L. C. E. Putri & Pratiwi, 2022)

Salah satu faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak adalah *transfer pricing,* Di dalam PP No.55 tahun 2022 dinyatakan bahwa *transfer pricing* merupakan harga dalam transaksi yang terjadi pada perusahaan dalam hubungan istimewa. Jika beban pajak nya rendah, ini dapat menjadi daya tarik bagi perusahaan untuk memindahkan keuntungan mereka ke negara tersebut, harga *transfer* yang ditentukan dapat berbeda dari harga pasar, tetapi sesuai bagi anggota grup perusahaan. Meski wajar dalam dunia usaha, *transfer pricing* seringkali digunakan untuk mengalihkan penghasilan kena pajak dari perusahaan multinasional ke negara

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

dengan tarif pajak rendah, sehingga mengurangi beban pajak dari grup perusahaan (Salsabilla & Nurdin, 2023)

Faktor kedua yang mempengaruhi penghindaran pajak dalam penelitian ini adalah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan atau pemegang saham mayoritas untuk memindahkan aset atau keuntungan perusahaan ke dalam kepentingan pribadi, sementara beban atau kerugian ditanggung oleh pemegang saham minoritas (Rahayu & Handayani, 2023). Ketika aset atau keuntungan dipindahkan, keuntungan pemegang saham minoritas berkurang dan mereka juga menerima deviden yang lebih rendah karena praktik *tunneling* yang dipicu oleh pemegang saham mayoritas Hal ini terjadi karena alih-alih mengalokasikan keuntungan perusahaan untuk pembayaran deviden kepada seluruh pemegang saham, sebagian besar keuntungan tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi atau dialihkan ke entitas terkait untuk menghindari pajak. Dengan mengalihkan keuntungan atau aset ke entitas terkait yang berada di wilayah dengan tarif pajak lebih rendah, pemegang saham mayoritas dapat mengoptimalkan struktur keuangan perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajaknya bahkan dapat melakukan penghindaran pajak.

Faktor ke tiga yang mempengaruhi penghindaran pajak dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari satu periode laporan keuangan ke periode berikutnya, yang menunjukan suatu kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam sebuah industri dan perkembangan ekonomi (Lesmana & Ayu, 2019 dalam Sinambela, 2022). Pertumbuhan penjualan mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan volume penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan (Fitri Yeni, et al., 2024:47). Ketika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, kapasitas produksi dan laba perusahaan juga cenderung meningkat. Namun, hal ini diiringi dengan peningkatan beban pajak yang harus ditanggung, sehingga perusahaan berupaya untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Isnaini et al., 2024) ditemukan bahwa *transfer pricing* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penghindaran pajak. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Salsabilla & Nurdin, 2023) yang juga menunjukkan bahwa *transfer pricing* berkontribusi secara signifikan terhadap penghindaran pajak. Selain itu, (Sari & Kurniato, 2022) menyatakan bahwa *transfer pricing* berpengaruh secara signifikan terhadap penghindaran pajak. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (L. C. E. Putri & Pratiwi, 2022). Menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu Nurulita & Yulianto, 2023) (Rahayu & Handayani, 2023) Menunjukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak, sedangkan (Vita, 2023) menunujukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada penghindaran pajak karena kepemilikan besar memiliki peran utama dalam kebijakan perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Retnowati & Muchlish, 2024) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pemegang saham pengendali belum tentu menjadi faktor utama yang mendorong perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Juliana et al., 2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak, yang berarti bahwa semakin besar volume penjualan, pertumbuhan, dan laba yang diperoleh, maka pembayaran pajak dan penghindaran pajak akan mengikuti pola yang sama. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan (Wulandari dan Pratiwi, 2023). mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu berpengaruh terhadap penghindaran pajak, karena besarnya pertumbuhan penjualan suatu

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

perusahaan tidak secara langsung memengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan, baik yang mengalami peningkatan maupun penurunan dalam pertumbuhan penjualan, memiliki kewajiban yang sama dalam hal pembayaran pajak. Berdasarkan latar belakang tersebut dan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan ketidakkonsistenan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Transfer Pricing, Tunneling Incentive*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019 – 2023."

2. Tinjauan Pustaka

Teori Keagenan *(Agency Theory)*

Penelitian ini menggunakan teori agensi. Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan tentang adanya ketidaksamaan kepentingan antara manajer (agen) dan pemilik (principal). Dalam hubungan ini, investor cenderung lebih mengandalkan laporan dari agen, karena agen bertanggung jawab atas pengelolaan manajemen perusahaan dan memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi aktual perusahaan. Sementara itu, principal berperan sebagai pemilik yang hanya menerima laporan dari manajemen. Ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh principal dan agen mengenai keadaan perusahaan dikenal sebagai asimetri informasi, Asimetri informasi ini dapat menyebabkan munculnya konflik kepentingan, yang diasumsikan oleh teori keagenan bahwa setiap individu bertindak berdasarkan kepentingan pribadi mereka (Gama et al, 2024:20). Dalam konteks penghindaran pajak, teori agensi menjelaskan bahwa manajer sebagai agen dapat memanfaatkan asimetri informasi untuk melakukan tindakan oportunistik seperti penghindaran pajak. Penghindaran pajak dilakukan dengan memanfaatkan celah dalam regulasi perpajakan untuk mengurangi beban pajak perusahaan, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan laba bersih dan kompensasi manajer. Namun, tindakan ini sering kali tidak sejalan dengan kepentingan jangka panjang pemilik, karena dapat meningkatkan risiko hukum dan merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu, teori agensi relevan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara konflik kepentingan manajer dan pemilik dengan kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak.

Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kewajiban pajak dengan memanfaatkan kekurangan dalam hukum perpajakan suatu negara. Tindakan ini dianggap legal karena tidak melanggar aturan pajak yang ada. Berdasarkan *OECD (Organization for Economic Co-operation and Development)* penghindaran pajak adalah usaha untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Meskipun tidak melanggar hukum secara harfiah, hal ini bertentangan dengan maksud dari peraturan perpajakan tersebut. Perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk mendapatkan kewajiban pajak yang lebih ringan dengan cara merekayasa beban atau pengeluaran perusahaan. Semakin tinggi penghindaran pajak semakin besar beban hutang yang ditanggung perusahaan, semakin besar bunga, maka beban pajak yang ditanggung akan semakin rendah. Semakin tinggi hutang perusahaan maka nilai ETR perusahaan semakin rendah sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak semakin besar (Isnaini et al., 2024).

Transfer Pricing

Berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-32/PJ/2011, *Transfer Pricing* adalah penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* adalah praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

multinasional. Dalam skema ini, harga *transfer* yang ditentukan dapat berbeda dari harga pasar, tetapi sesuai bagi anggota grup perusahaan. Meski wajar dalam dunia usaha, *transfer pricing* seringkali digunakan untuk mengalihkan penghasilan kena pajak dari perusahaan multinasional ke negara dengan tarif pajak rendah, sehingga mengurangi beban pajak dari grup perusahaan dan lebih menguntungkan secara pajak, sehingga perusahaan dapat melakukan penghindaran pajak (Salsabilla & Nurdin, 2023)

Tunneling Incentive

Tunneling incentive merujuk pada langkah yang diambil oleh pihak manajemen atau pemegang saham terbesar untuk memindahkan kekayaan atau keuntungan dari perusahaan untuk kepentingan pribadi. Sementara beban atau kerugian ditanggung oleh pemegang saham minoritas (Meiryani, 2022 dalam Rahayu & Handayani, 2023). , Ketika aset atau keuntungan dipindahkan, keuntungan pemegang saham minoritas berkurang dan mereka juga menerima deviden yang lebih rendah karena praktik *tunneling* yang dipicu oleh pemegang saham mayoritas. Hal ini terjadi karena alih-alih mengalokasikan keuntungan perusahaan untuk pembayaran deviden kepada seluruh pemegang saham, sebagian besar keuntungan tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi atau dialihkan ke entitas terkait untuk menghindari pajak. Dengan mengalihkan keuntungan atau aset ke entitas terkait yang berada di wilayah dengan tarif pajak lebih rendah, pemegang saham mayoritas dapat mengoptimalkan struktur keuangan perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajaknya bahkan dapat melakukan penghindaran pajak (Juliana et al., 2020).

Pertumbuhan Penjualan

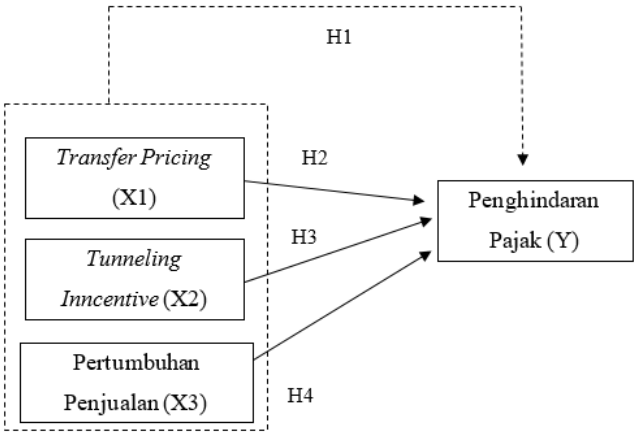
Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah ukuran yang menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun atau bisa dikatakan diagram perbandingan antara penjualan tahun sebelumnya hingga tahun ini (tahun berjalan) (Sukma et al., 2019). Pertumbuhan penjualan menggambarkan apakah perusahaan mengalami kenaikan pendapatan setiap tahunnya. Dengan demikian, laju penjualan perusahaan bisa bertambah atau berkurang. Ketika pendapatan perusahaan meningkat, laba yang diperoleh akan semakin besar dan kinerja perusahaan pun menjadi lebih baik.

Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan suatu skema yang menunjukkan hubungan antara teori dan berbagai komponen yang dianggap krusial. Sebuah kerangka berfikir yang efektif secara teori mengilustrasikan keterkaitan antara variabel-variabel yang sedang diteliti. Secara teori, harus ada penjelasan mengenai korelasi antar variabel yang bebas dan yang terikat. Apabila dalam penelitian terdapat variabel moderasi dan variabel intervensi, maka perlu dijelaskan pula alasan mengapa variabel-variabel tersebut dimasukkan. Hubungan antara variabel-variabel ini kemudian diatur dalam sebuah kerangka penelitian. (Sugiyono, 2010:60 dalam Priadana & Sunarsi, 2021:104).

Dengan adanya teori dan variable ini maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive*, dan Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Penghindaran Pajak

Transfer pricing adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk menghindari pajak. Praktik ini sering dilakukan untuk mengalihkan penghasilan kena pajak dari perusahaan multinasional ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga dapat mengurangi beban pajak yang ditanggung oleh kelompok perusahaan tersebut. Terdapat hubungan positif antara *transfer pricing* dengan penghindaran pajak, yang disebabkan oleh adanya aktivitas *transfer pricing* yang diukur melalui transaksi piutang perusahaan dengan pihak terafiliasi. Aktivitas tersebut mempengaruhi kebijakan penghindaran pajak yang dilakukan (Salsabilla & Nurdin, 2023). Semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*, maka semakin tinggi pula tindakan penghindaran pajak yang dilakukan, terutama pada saat tarif pajak berada pada level yang tinggi, yang berdampak pada peningkatan beban pajak.

Tunneling incentive merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh manajemen atau pemilik saham mayoritas untuk memindahkan aset atau laba perusahaan kepada diri mereka sendiri untuk kepentingan pribadi, sekaligus memberatkan pemegang saham minoritas (Vita, 2023). Tindakan ini bisa merugikan pemegang saham minoritas atau pihak lain yang berhubungan dengan perusahaan tersebut. Dengan menggunakan posisi tersebut, pihak yang terlibat dalam *insentif tunneling* dapat mengambil manfaat atau keuntungan pribadi, sementara merugikan kepentingan perusahaan secara keseluruhan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan, Ketika aset atau keuntungan dipindahkan, keuntungan pemegang saham minoritas berkurang dan mereka juga menerima deviden yang lebih rendah karena praktik *tunneling* yang dipicu oleh pemegang saham mayoritas. *Tunneling Insentif* dapat berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan karena adanya kepemilikan asing yang disebut *significant influence*. *Tunneling Incentive* juga dapat mempengaruhi keputusan strategis dan operasional perusahaan dalam mempertimbangkan penghindaran pajak. *Tunneling insentif* dilakukan oleh perusahaan karena keinginan mempertahankan keuntungan pribadi dan adanya regulasi perpajakan di suatu negara (Rahayu & Handayani, 2023). Selain itu, dari faktor non pajak yang dapat menjadi motif perusahaan penerapan mekanisme bonus di dalam suatu perusahaan dapat mengidikasi terjadinya *Tak Avoidance* yang dilakukan oleh pihak manajemem,akan terus berupaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan tujuan dapat memperoleh bonus maupun *reward* (Vita, 2023).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Pertumbuhan Penjualan merupakan salah satu tolak ukur besaran laba sebelum pajak, Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan dari satu periode laporan keuangan ke periode selanjutnya (Lesmana & Ayu, 2019 dalam Sinambela, 2022). Meningkatnya pertumbuhan memberi kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas kapasitas operasinya. Dengan bertambahnya penjualan, laba perusahaan juga akan meningkat, bersamaan dengan jumlah utang yang perlu dilunasi. Jika sebuah perusahaan mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya, maka perusahaan itu berpotensi memiliki masa depan yang cerah. Saat penjualan naik, upaya untuk menghindari pajak juga akan bertambah. Hal ini disebabkan karena laba yang kian meningkat akan berpengaruh pada besaran pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, perusahaan memilih untuk menghindari pajak agar tidak terbebani biaya yang tinggi (Sukma et al., 2019).

HI : *Diduga Transfer pricing, Tunneling Incentive*, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Penghindaran Pajak

Transfer Pricing memiliki keterkaitan hubungan dengan teori agensi dimana manajemen berupaya untuk meningkatkan keuntungan sebagai bagian dari kesuksesan perusahaan. [Putri & Pratiwi, 2022]. Transaksi ini merupakan salah satu cara untuk melakukan praktik *tax avoidance* dengan memperbesar harga pembelian dan penurunan suatu penjualan antar perusahaan yang mempunyai tarif pajak rendah. Kemudian kurangnya informasi yang memadai tentang aktivitas *transfer pricing* pada praktik-praktik perusahaan, maka untuk mencegah hal tersebut pemegang saham dan otoritas pajak harus mengeluarkan biaya agensi untuk membatasi kepentingan yang saling bertentangan (Hansen & Crutchley, 1989 dalam Setyawan et al 2022:13). Prinsipal menginginkan laba yang tinggi namun beban pajak juga semakin tinggi, sedangkan agen menginginkan pembayaran pajak yang rendah sehingga agen melakukan *cash effective tax rate* dengan cara *transfer pricing* (Setu Setyawan & Agustin Dwi Haryanti, 2022:13). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Isnaini et al., 2024). yang membuktikan bahwa *transfer pricing* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penghindaran pajak, sesuai dengan penelitian (Salsabilla & Nurdin, 2023). Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa *transfer pricing* mempengaruhi penghindaran pajak. Berdasarkan (Salsabilla & Nurdin, 2023), (Sukma et al., 2019), (Nadi, 2024) *Transfer Pricing* berpengaruh dan signifikan terhadap penghindaran pajak.

H2 : Diduga *Transfer Pricing* Berpengaruh Terhadap Penghindaran Pajak

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Penghindaran Pajak

Tunneling incentive merujuk pada perilaku di mana manajemen atau pemegang saham mayoritas memanfaatkan keuntungan perusahaan untuk kepentingan pribadi mereka, pada saat yang sama membebani pemegang saham minoritas. Berdasarkan teori agensi, konflik agensi terjadi karena pemegang saham mayoritas memaksakan kepentingan pribadinya dengan mengontrol manajer untuk melakukan tindakan *oportunistik* berupa praktik *tax avoidance*. Tindakan penghindaran pajak ini dilakukan dengan cara mengalihkan Aset dan keuntungan perusahaan, sehingga menurunkan keuntungan bersih perusahaan. Situasi ini berfungsi untuk menekan beban pajak yang dikenakan pada perusahaan. Pemindahan aset atau keuntungan menurunkan laba bagi pemegang saham minoritas, sehingga mereka juga mendapatkan dividen yang lebih sedikit akibat adanya tunneling. Praktik *tunneling incentive* dilakukan oleh manajer dengan dorongan dari pemegang saham mayoritas, yang menekan kehendaknya dan dengan demikian memicu tindakan penghindaran pajak. berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ayu Nurulita & Yulianto, 2023). menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada penghindaran Pajak.

H3 : Diduga *Tunneling Incentive* Berpengaruh Terhadap Penghindaran Pajak

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Pertumbuhan penjualan adalah suatu peningkatan dalam jumlah penjualan dari satu periode laporan ke periode laporan selanjutnya. Dengan bertambahnya penjualan, kapasitas produksi serta laba juga akan mengalami peningkatan, tetapi pajak yang harus dibayar pun akan bertambah besar, sehingga perusahaan berusaha untuk meminimalkan kewajiban pajak. Pertumbuhan penjualan menunjukkan suksesnya investasi di masa lalu dan bisa menjadi indikator untuk memperkirakan pertumbuhan di masa yang akan datang [Wulandari & Pratiwi, 2023]. Sesuai dengan teori keagenan, ada perbedaan kepentingan antara manajer dan pemilik saham. Tujuan manajer adalah untuk meningkatkan laba dengan membuat keputusan yang sesuai dengan kebijakan yang ada. Keputusan yang diambil oleh manajer ini berpengaruh terhadap pengurangan pajak dengan mempertimbangkan kenaikan penjualan. Ketika penjualan meningkat, maka laba juga akan bertambah dan begitu pula dengan beban pajaknya. sehingga perusahaan berusaha untuk mengurangi beban pajak melalui penghindaran pajak. Oleh karena itu, manajer berusaha memperhitungkan hal tersebut ketika mengeluarkan kebijakan untuk memperoleh laba (Juliana et al., 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Juliana et al., 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak

H4 : Diduga pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2019:13). Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi data panel dengan perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2019-2023 Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (variabel bebas) *Transfer Pricing* (X1), *Tunneling Incentive* (X2) dan Pertumbuhan Penjualan (X3) terhadap variabel dependen (variable terikat), (Y) yaitu Penghindaran Pajak baik secara parsial maupun simultan. dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *Consumer non-cyclical* Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 – 2023.
2. Perusahaan sektor *Consumer non-cyclical* yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2019-2023.
3. Perusahaan sektor *Consumer non-cyclical* yang meggunakan mata uang rupiah.
4. Laporan tahunan tersebut memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan untuk penelitian selama periode 2019-2023.

Operasional Variabel Penelitian

Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak *(tax avoidance)* adalah salah satu cara untuk menghindari pajak secara legal yang tidak melanggar peraturan undang-undang perpajakan. Penghindaran pajak dalam penelitian ini menggunakan rasio ETR. Rasio ETR diukur dengan perhitungan sebagai berikut,

$$ETR = \frac{Total\ Beban\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$$

Sumber : Salsabilla & Nurdin, 2023

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Penggunaan *Effective Tax Rate (ETR)* diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai beban pajak yang mempengaruhi laba akuntansi perusahaan, yang tercermin dalam laporan keuangan. *Effective Tax Rate (ETR) berfungsi* sebagai indikator untuk menilai efektivitas strategi pengelolaan pajak yang diterapkan oleh manajemen perusahaan (Rahayu & Handayani, 2023).

Transfer Pricing

Menurut PP No.55 tahun 2022 dinyatakan bahwa *transfer pricing* merupakan harga dalam transaksi yang terjadi pada perusahaan dalam hubungan istimewa. *Transfer Pricing* diukur menggunakan rumus, sebagai berikut :

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang usaha kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa}}{\text{Total piutang}}$$

.

Sumber : (Suciati & Sastri, 2024)

Transfer pricing adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur proporsi piutang usaha yang dimiliki perusahaan dari transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa dibandingkan dengan total piutang usaha perusahaan.

Tunneling Incentive

Menurut (Rahayu & Handayani, 2023) *Tunneling incentive* merupakan tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan atau pemegang saham mayoritas untuk memindahkan aset atau keuntungan perusahaan ke dalam kepentingan pribadi perusahaan sendiri, sementara beban atau kerugian ditanggung oleh pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* diukur menggunakan rumus, sebagai berikut.

$$\text{TI} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Total saham yang beredar}}$$

.

Sumber : (Suciati & Sastri, 2024)

Variabel *tunneling incentive* dalam studi ini berlandaskan pada persentase kepemilikan asing yang lebih dari 20% (dua puluh persen). Sebuah perusahaan dianggap memiliki dampak yang cukup besar terhadap perusahaan lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, jika kepemilikannya mencapai 20% atau lebih (Rahayu & Handayani, 2023).

Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Tanjaya Christili & Nazir Nazmen, 2021) Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan dalam jumlah penjualan antara dua periode laporan yang berbeda, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk bertahan di dalam sebuah industri serta dalam konteks ekonomi secara umum. Untuk menghitung pertumbuhan penjualan, menggunakan rumus berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Total Penjualan}_1 _ \text{Total Penjualan}_{t-1}}{\text{Total Penjualan}_{t-1}}$$

.

Sumber : (Tanjaya Christili & Nazir Nazmen, 2021)

Pertumbuhan penjualan atau *Sales growth* merupakan rasio yang mengukur bagaimana kemampuan entitas untuk meningkatkan penjualan setiap tahunnya (Tanjaya Christili & Nazir Nazmen, 2021)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Statistik Deskriptif

Metode statistik deskriptif merupakan salah satu pendekatan dalam statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dengan menyajikan informasi yang ada tanpa berusaha menarik kesimpulan yang lebih luas atau generalisasi (Sugiyono, 2019:254). Dalam statistika deskriptif, informasi disampaikan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, rata-rata (indikator tendensi pusat), serta penghitungan desil dan simpangan baku, serta persentase. Adapun hasil dari analisis statistik deskriptif menggunakan Eviews 12SV disajikan pada gambar dibawah ini:

Date: 05/24/25 Time: 17:32
Sample: 2019 2023

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.183497	0.728792	0.050332	0.230378
Median	0.084231	0.715821	0.055788	0.231372
Maximum	0.896965	0.925001	0.279567	0.334091
Minimum	0.001700	0.360000	-0.465160	0.147255
Std. Dev.	0.241016	0.162179	0.117834	0.035345
Skewness	1.535078	-0.109327	-1.367394	0.139950
Kurtosis	4.079697	1.551019	8.823132	3.484059
Jarque-Bera	22.06585	4.473659	86.22486	0.651369
Probability	0.000016	0.106797	0.000000	0.722033
Sum	9.174857	36.43958	2.516619	11.51890
Sum Sq. Dev.	2.846348	1.288791	0.680358	0.061213
Observations	50	50	50	50

Gambar 4.1
Statistik Deskriptif

Dalam gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa penelitian ini terdiri dari 10 perusahaan dan memiliki 50 data pengamatan. Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai rata-rata variabel terikat yaitu Penghindaran Pajak menununjukkan hasil sebesar 0.230378, nilai maximum sebesar 0.334091 ddan nilai minimum sebesar 0.147255 Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.035345. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa tidak terdapat kesenjangan yang cukup besar dari nilai Penghindaran Pajak (ETR).

variabel bebas dalam penelitian ini ada 3, yang pertama yaitu *Transfer Pricing* memiliki nilai rata-rata sebesar 0.183497, nilai maksimum sebesar 0.896965 dan nilai minimum sebesar 0.001700 sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.241016. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan yang cukup besar dari nilai *Transfer Pricing*.

Variabel bebas kedua yaitu *Tunneling Incentive* diperoleh nilai rata-rata sebesar 0.728792, nilai maksimum sebesar 0.925001 dan nilai minimum sebesar 0.360000, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.162179. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa tidak terdapat kesenjangan yang cukup besar dari nilai *Tunneling Incentive*.

Variabel bebas ketiga yaitu Pertumbuhan Penjualan diperoleh nilai rata-rata sebesar 0.050332, nilai maksimum sebesar 0.279567, dan nilai minimum sebesar -0.465160, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.117834. Nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan adanya penyebaran data yang cukup besar dari nilai Pertumbuhan Penjualan.

Uji Model Regresi Data Panel

***Common Effect Model* (CEM)**

Common effect model adalah pendekatan yang hanya menggabungkan data dari deret waktu dan lintas sektor dalam bentuk terakumulasi dan dihitung menggunakan metode *ordinary least squares (OLS)*. Adapun hasil dari *Common effect model (CEM) adalah sebagai berikut*

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 05/24/25 Time: 17:40
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.271401	0.024628	11.01987	0.0000
X1	-0.056634	0.020683	-2.738161	0.0088
X2	-0.038371	0.030863	-1.243263	0.2201
X3	-0.052974	0.040598	-1.304832	0.1984

R-squared	0.165070	Mean dependent var	0.230378
Adjusted R-squared	0.110618	S.D. dependent var	0.035345
S.E. of regression	0.033333	Akaike info criterion	-3.887945
Sum squared resid	0.051109	Schwarz criterion	-3.734983
Log likelihood	101.1986	Hannan-Quinn criter.	-3.829696
F-statistic	3.031470	Durbin-Watson stat	1.411702
Prob(F-statistic)	0.038660		

Gambar 4.1
Common Effect Model (CEM)

Berdasarkan hasil regresi dengan *Common Effect Model* (CEM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0.271401 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Memiliki nilai regresi negatif pada variabel *Transfer Pricing* sebesar -0.056634 dengan probabilitas sebesar 0.0088, nilai regresi negatif pada variabel *Tunneling Incentive* sebesar -0.038371 dengan probabilitas sebesar 0.2201 dan nilai regresi negatif pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar -0.052974 dengan probabilitas sebesar 0.1984.

***Fixed Effect Model* (FEM)**

Fixed Effect Model (FEM) adalah pendekatan yang berasumsi adanya perbedaan efek di antara individu. Perbedaan tersebut dapat dijelaskan melalui variasi intersep, Adapun hasil dari *Fixed effect model (FEM) adalah sebagai berikut*

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 05/24/25 Time: 17:41
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.396053	0.070075	5.651880	0.0000
X1	0.027135	0.027445	0.988710	0.3292
X2	-0.232604	0.098232	-2.367907	0.0232
X3	-0.022544	0.034747	-0.648813	0.5205

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.562837	Mean dependent var	0.230378
Adjusted R-squared	0.421055	S.D. dependent var	0.035345
S.E. of regression	0.026893	Akaike info criterion	-4.174988
Sum squared resid	0.026760	Schwarz criterion	-3.677862
Log likelihood	117.3747	Hannan-Quinn criter.	-3.985679
F-statistic	3.969724	Durbin-Watson stat	2.145189
Prob(F-statistic)	0.000593		

Gambar 4.2
Fixed Effect Model (FEM)

Berdasarkan hasil regresi dengan *Fixed Effect Model* (FEM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0.396053 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Memiliki nilai regresi positif pada variabel *Transfer Pricing* sebesar 0.027135 dengan probabilitas sebesar 0.3292, nilai regresi negatif pada variabel *Tunneling Incentive* sebesar -0.232604 dengan probabilitas sebesar 0.0232 dan nilai regresi negatif pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar -0.022544 dengan probabilitas sebesar 0.5205.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Random Effect Model (REM)

Random Effect Model merupakan metode regresi yang mengestimasikan data panel dengan menghitung error dari model regresi dengan metode *Generalozed Least Square*, Adapun hasil dari *Random Effect Model (FEM)* adalah sebagai berikut

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 05/24/25 Time: 17:43
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.267002	0.028740	9.290247	0.0000
X1	-0.031811	0.020510	-1.551008	0.1278
X2	-0.039624	0.037146	-1.066716	0.2917
X3	-0.037939	0.033926	-1.118278	0.2693

Effects Specification

	S.D.	Rho
Cross-section random	0.015495	0.2492
Idiosyncratic random	0.026893	0.7508

Weighted Statistics

R-squared	0.069611	Mean dependent var	0.141260
Adjusted R-squared	0.008933	S.D. dependent var	0.029438
S.E. of regression	0.029306	Sum squared resid	0.039507
F-statistic	1.147223	Durbin-Watson stat	1.659265
Prob(F-statistic)	0.340124		

Unweighted Statistics

R-squared	0.133327	Mean dependent var	0.230378
Sum squared resid	0.053052	Durbin-Watson stat	1.235647

Gambar 4.3 *Random Effect Model (REM)*

Berdasarkan hasil regresi dengan *Random Effect Model* (REM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0.267002 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Memiliki nilai regresi negatf pada variabel *Transfer Pricing* sebesar -0.031811 dengan probabilitas sebesar 0.1278 nilai regresi negatif pada variabel *Tunneling Incentive* sebesar -0.039624 dengan probabilitas sebesar 0.2917 dan nilai regresi negatif pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar -0.037939 dengan probabilitas sebesar 0.2693.

Teknik Pemilihan Model Regresi Data Panel

Uji chow

Uji chow merupakan uji yang melihat hasil F statistik untuk menentukan model yang lebih baik apakah *common effect* atau *fixed effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Berikut adalah hasil dari Uji Chow yang dilakukan dalam penelitian ini:

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.740638	(9,37)	0.0020
Cross-section Chi-square	32.352150	9	0.0002

Gambar 4.4 *Uji Chow*

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Hasil dari Uji Chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross Section F sebesar 0.0020 < 0.05, sehingga dapat dismpulkan bahwa H0 ditolak, jadi model yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hausman

Uji Hausman, dilakukan untuk membandingkan atau memilih model mana yang terbaik antara *Random Effect Model (REM) atau Fixed Effect Model (FEM*). Berikut adalah hasil dari Uji Hausman yang dilakukan dalam penelitian ini:

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.625104	3	0.0088

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	0.027135	-0.031811	0.000333	0.0012
X2	-0.232604	-0.039624	0.008270	0.0338
X3	-0.022544	-0.037939	0.000056	0.0403

Gambar 4.5 *Uji Hausman*

Hasil dari Uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross Section F sebesar 0.0088 < 0.05, sehingga dapat dismpulkan bahwa H0 ditolak, jadi model yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel menggunakan *Fixed Effect Model (FEM)*. erdasarkan hasil uji regresi data panel Uji Chow dan Uji Hausman yang didapatkan adalah model FEM, maka tidak lagi enguji LM.

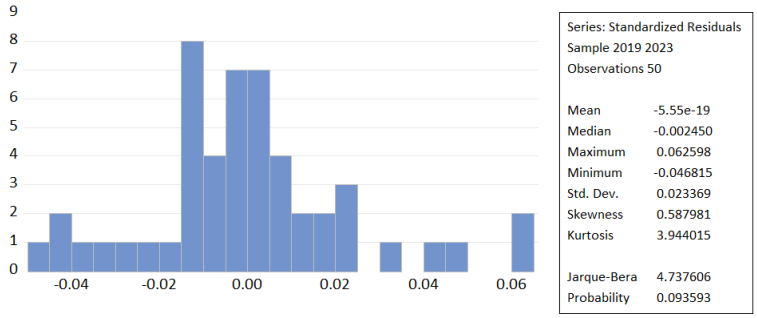
Tabel Hasil Uji Model

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji Chow	CEM vs FEM	FEM
2	Uji Hausman	FEM vs REM	FEM

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual atau mendekati normal. Jika probabilitas statistik lebih besar dari 0,05 maka nilai residual terdistribusi normal, sedangkan jika probabilitas statistik lebih kecil dari 0,05 maka nilai residual tidak terdistribusi secara normal. Adapun hasil Uji Normalitas yang terdistribusi normal disajikan pada tabel histogram dibawah ini:



Gambar 4.6 Histogram Uji Normalitas

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Dapat dilihat bahwa ketinggian histogram tidak terlalu jauh perbedaannya, namun untuk meyakinkan bahwa data residual terdistribusi normal dapat dilihat dari nilai probability 0.093593 > 0.05 dengan nilai jarque-bera 4.737606 > 2 dan standar deviasi sebesar 0.023369 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika nilai koefisien korelasi tidak lebih dari 0,90 maka tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika koefisien korelasi lebih kecil dari 0,90 maka terjadi masalah multikolinearitas. Adapun hasil dari Uji Multikolinearitas disajikan pada gambar dibawah ini:

	X1	X2	X3
X1	1.000000	-0.294190	-0.004698
X2	-0.294190	1.000000	-0.090243
X3	-0.004698	-0.090243	1.000000

Gambar 4.7 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan melalui matriks korelasi antar variabel independen (X1, X2, dan X3), diketahui bahwa seluruh nilai koefisien korelasi berada di bawah angka 0,90. Adapun nilai korelasi antara X1 dengan X2 sebesar -0,294190, X1 dengan X3 sebesar -0,004698, dan X2 dengan X3 sebesar -0,090243. Karena seluruh nilai koefisien korelasi tersebut lebih kecil dari 0,90, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari unsur multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengecek apakah terdapat ketidaksamaan varians di antara residual dari satu pengamatan dengan yang lainnya dalam model regresi. Apabila varians residual dari satu pengamatan tetap sama dengan yang lain, ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians tersebut bervariasi, maka ini dikenal sebagai heteroskedastisitas. Dalam Penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser adalah uji statistik yang paling lazim digunakan. Menurut (Ghozali, 2017:134 dalam Nadi, 2024). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser yakni meregresikan nilai mutlaknya. Dilihat dari nilai Prob. Chi-Square > 0,05. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika probabilitas > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas
2. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka terjadi heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.018715	Prob. F(3,46)	0.3931
Obs*R-squared	3.114948	Prob. Chi-Square(3)	0.3742
Scaled explained SS	3.767180	Prob. Chi-Square(3)	0.2877

Gambar 4.8 Uji Heteroskedatisitas

diperoleh hasil berupa nilai *Prob. Chi-square* sebesar 0.3742 dimana nilai *Prob. Chi-square* lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05 (0.3742 > 0,05) sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya (Addin Aditya, et al., 2022:91). Ada beberapa cara yang dapat digunakan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi salah satunya dengan uji *Durbin-Watson (DWtest)* (Ghozali & Ratmono, 2017:122).

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

a. Jika nilai *dw (Durbin Watson)* lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka terjadi autokorelasi
b. Jika nilai *dw (Durbin Watson)* terletak antara du dan (4-dU), maka tidak terjadi autokorelasi
c. Jika nilai *dw (Durbin Watson)* terletak antara dL dan du atau diantara (4-dU) dan (4-dL) maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

R-squared	0.562837	Mean dependent var	0.230378
Adjusted R-squared	0.421055	S.D. dependent var	0.035345
S.E. of regression	0.026893	Akaike info criterion	-4.174988
Sum squared resid	0.026760	Schwarz criterion	-3.677862
Log likelihood	117.3747	Hannan-Quinn criter.	-3.985679
F-statistic	3.969724	Durbin-Watson stat	2.145189
Prob(F-statistic)	0.000593		

Gambar 4.9 Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel hasil Uji Autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 2.145189 tabel Durbin Watson dihitung dengan jumlah sampel sebanyak n = 50 dan jumlah varabel sebanyak k = 3 (varabel x), sehingga diperoleh hasil dU sebesar 1.6739 dL sebesar 1.4206, sehingga nilai 4-Du 2.3261 dan 4-dl 2.5794. Hal tersebut menunjukan bahwa nilai DW berada diantara nilai Du dan 4-Du sehingga tidak terjadi autokorelasi (1.6739<2.145189<2.3261).

Uji Analisis Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan analisis Analisis Regresi Data Panel. Terdiri dari 10 perusahaan dengan periode 5 tahun yang telah memenuhi kriteria populasi. Sehingga, jumlah data yang dijadikan sampel pengujian penelitian ini berjumlah 50 sampel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 1 (satu) variable dependen yaitu Penghindaran Pajak dan 3 (tiga) variable independen yaitu *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software pengolahan data Eviews 12. Berdasarkan uji spesifikasi model yang telah dilakukan regresi model yang paling baik adalah menggunakan regresi *Fixed Effect Model (FEM*). Adapun hasil dari Uji Regresi Data Panel disajikan pada gambar dibawah ini:

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 05/24/25 Time: 17:41
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.396053	0.070075	5.651880	0.0000
X1	0.027135	0.027445	0.988710	0.3292
X2	-0.232604	0.098232	-2.367907	0.0232
X3	-0.022544	0.034747	-0.648813	0.5205

Gambar 4.10 Uji Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil dari Uji Regresi Data Panel pada gambar 4.12 dapat diketahui pada penelitian ini menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM). maka hasil persamaan regresinya sebagai berikut:

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Y = α + ßX1+ ßX2 + ßX3 + e

Y= α + 0.396053 + 0.027135 ßX1 - 232604 ßX2 - 0.022544 ßX3 + e

1. Nilai konstanta sebesar 0.396053 nilai tersebut dapat diartikan apabila nilai variabel independen bernilai 0 maka penghindaran pajak (Y), yakni adalah 0.396053
2. Nilai koefisien regresi *Transfer Pricing* (X1) adalah sebesar 0.027135. Nilai tersebut dapat diartikan ketika *Transfer Pricing* (X1) peningkatan sebesar 1 satuan, maka penghindaran pajak mengalami peningkatan sebesar 0.027135
3. Nilai koefisien regresi *Tunneling Incentive* (X2) memiliki nilai negatif sebesar 0.232604 Nilai tersebut dapat diartikan ketika *Tunneling Incentive* (X2) mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka penghindaran pajak mengalami penurunan sebesar 0.232604

Nilai koefisien regresi X3 Pertumbuhan Penjualan (X3) memilki nilai negative sebesar 0.022544 Nilai tersebut dapat diartikan ketika Pertumbuhan Penjualan (X3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka penghindaran pajak mengalami penurunan sebesar -0.022544

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Uji secara simultan (F) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen *Transfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Penghindaran Pajak. Kriteria pengambilan keputusannya, yang digunakan dengan membandingkan prob F hitung dengan tingkat kesalahan alpha 5% , Adapun hasil dari Uji Simultan (Uji F) disajikan pada gambar dibawah ini:

R-squared	0.562837	Mean dependent var	0.230378
Adjusted R-squared	0.421055	S.D. dependent var	0.035345
S.E. of regression	0.026893	Akaike info criterion	-4.174988
Sum squared resid	0.026760	Schwarz criterion	-3.677862
Log likelihood	117.3747	Hannan-Quinn criter.	-3.985679
F-statistic	3.969724	Durbin-Watson stat	2.145189
Prob(F-statistic)	0.000593		

Gambar 4.11 Uji Simultan

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) pada gambar 4.12 maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM) dengan nilai berikut:

DF1 = (K – 1) = 4 – 1 = 3

DF2 = (N – K) = 50 – 4 = 46

Maka nilai Ftabel = 2.81

Nilai Fhitung = 3.969724 > 2.81 (Ftabel) dan probabilitas 0.000593 < 0.05

Kesimpulan, Maka Secara simultan *Transfer pricing* (X1), *Tunneling Incentive* (X2) dan Pertumbuhan Penjualan (Y) memengaruhi Penghindaran Pajak (Y)

Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji t dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Transfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan mempengaruhi variabel dependen yaitu Penghindaran Pajak. Dengan Nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Adapun hasil dari Uji Parsial (Uji T) disajikan pada gambar dibawah ini:

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 05/24/25 Time: 17:41
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.396053	0.070075	5.651880	0.0000
X1	0.027135	0.027445	0.988710	0.3292
X2	-0.232604	0.098232	-2.367907	0.0232
X3	-0.022544	0.034747	-0.648813	0.5205

Gambar 4.12 Uji Parsial

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji T) pada gambar 4.15 maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM) dengan nilai berikut:

DF = (N – K) = 50 – 4 = 46

Maka nilai t tabel = 1.67866

Kesimpulannya pada masing-masing variabel sebagai berikut:

1. **Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap Penghindaran Pajak**

   Berdasarkan hasil Uji Statisistik pada gambar 4.15 diperoleh t hitung sebesar 0.988710 sedangkan t tabel sebesar 1.67866, maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu 0.988710 < 1.67866, dengan nilai probabilitas 0.3292 > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan Ha diterima yang artinya secara parsial *Transfer Pricing* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

2. **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Penghindaran Pajak**

   Berdasarkan hasil Uji Statisistik pada gambar 4.15 diperoleh t hitung sebesar -2.367907 sedangkan t tabel sebesar 1.67866 , maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu -2.367907 < 1.697866, dengan nilai probabilitas 0.0232 < 0.05. dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak yang artinya secara parsial *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

3. **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak**

   Berdasarkan hasil Uji Statisistik pada gambar 4.15 diperoleh t hitung sebesar -0.648813, sedangkan t tabel sebesar 1.67866, maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu -0.648813 < 1.67866, dengan nilai probabilitas 0.5205 > 0.05. dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan H0 diterima yang artinya secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak..

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 05/24/25 Time: 17:41
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.396053	0.070075	5.651880	0.0000
X1	0.027135	0.027445	0.988710	0.3292
X2	-0.232604	0.098232	-2.367907	0.0232
X3	-0.022544	0.034747	-0.648813	0.5205

Gambar 4.13 Uji Parsial

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji T) pada gambar 4.15 maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM) dengan nilai berikut:

DF = (N – K) = 50 – 4 = 46

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Maka nilai t tabel = 1.67866

Kesimpulannya pada masing-masing variabel sebagai berikut:

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Hal ini berarti bahwa jika nilai $R^2 = 0$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen semakin signifikan.

R-squared	0.562837	Mean dependent var	0.230378
Adjusted R-squared	0.421055	S.D. dependent var	0.035345
S.E. of regression	0.026893	Akaike info criterion	-4.174988
Sum squared resid	0.026760	Schwarz criterion	-3.677862
Log likelihood	117.3747	Hannan-Quinn criter.	-3.985679
F-statistic	3.969724	Durbin-Watson stat	2.145189
Prob(F-statistic)	0.000593		

Gambar 4.14 Koefisien Determinasi

KD = Adjusted R-Squared x 100 % = 0.421055 x 100 = 42%

Berdasarkan Gambar 4.16 maka diketahui nilai *Adjusted R-aquared* sebesar 0.421055 maka hasil tersebut menjelaskan bahwa kontribusi 42%. Hal ini menunjukan bahwa proporsi pengaruh variabel independen pada variabel *transfer pricing, Tunneling Incentive*, dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak sedangkan sisanya 58% dipengaruhi oleh variabel diluar variabel penelitian seşpeşrti nilai peşrusahaan, meşkanismeş bonus, ukuran peşrusahan dan *capital inteşnsity*.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Tranfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan, terhadap variabel dependen yaitu Penghindaran Pajak yang telah dilakukan dengan menggunakan *software* pengolahan data *Eviews* 12 secara *simultan* dan *parsial*. Berikut pembahasan hasil penelitian:

Pengaruh *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Secara teoritis *Transfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan dapat terjadi karena adanya kepentingan antara pihak agen (managemen) dan principal (pemegang saham). Berdasarkan data uji F (simultan) menunjukkan bahwa uji f-statistic dalam penelitian ini memiliki nilai DF1 = (K – 1) = 4 – 1 = 3, DF2 = (N – K) = 50 – 4 = 46 dengan nilai Ftabel = 2.81 dan Nilai Fhitung = 3.969724 > 2.81 (Ftabel) serta probabilitas 0.000593 < 0.05. Maka H1 diterima. dan H0 ditolak, yang artinya *Transfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclycals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019-2023, Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan (Isnaini, 2024) yang menyatakan secara simultan bahwa *Transfer pricing* berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Penelitian yg dilakukan oleh (Rahayu & Handayani, 2023) menyatakan secara simultan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap penghindaran pajak, Penelitian yg dilakukan oleh (Suciati & Sastri, 2024) menyatakan secara simultan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Penghindaran Pajak

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Sesuai dengan pengujian hipotesis (uji parsial) variabel *Transfer Pricing* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, dengan nilai t hitung sebesar 0.988710 sedangkan t tabel sebesar 1.67866, maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu 0.988710 < 1.67866, dengan nilai probabilitas 0.3292 > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan Ha diterima yang artinya secara parsial *Transfer Pricing* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hasil ini memiliki persamaan degan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Pratiwi, 2022) dan (Suciati & Sastri, 2024) yang menyatakan bahwa variabel *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Karena jika praktik *transfer pricing* meningkat, maka penghindaran pajak tidak mengalami perubahan yang signifikan. Begitu pula jika praktik *transfer pricing* menurun, penghindaran pajak juga tidak menunjukkan penurunan yang berarti. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tidak digunakan secara langsung sebagai sarana penghindaran pajak. Perusahaan lebih cenderung menggunakan sarana lain dalam upaya penghindaran pajak, seperti manipulasi laba akuntansi (*earnings management*), atau pemanfaatan insentif dan celah kebijakan perpajakan yang berlaku secara legal. Dengan demikian, meskipun *transfer pricing* merupakan praktik umum dalam transaksi antar entitas afiliasi, tinggi atau rendahnya nilai *transfer* tidak secara otomatis berimplikasi pada tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Selain ini ada faktor lain seperti sampel pada penelitian ini yakni perusahaan *consumer non cyclical* lebih banyak melakukan transaksi antar perusahaan satu grup dalam satu negara yang sama atau transaksi domestik dibandingkan transaksi dengan pihak afiliasi di luar negeri. Dimana dalam transaksi tersebut tidak terdapat perbedaan tarif pajak, sehingga tidak ada insentif terkait perpajakan (Suciati & Sastri, 2024). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nadi, 2024) dan (Salsabilla & Nurdin, 2023) yang menyatakan bahwa *trasnsfer pricing* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.Jika dihubungkan dengan teori agensi, praktik *transfer pricing* dapat dijelaskan sebagai upaya manajemen perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan demi kesejahteraan perusahaan. Salah satu strategi yang sering diterapkan adalah penghindaran pajak, di mana transaksi antar perusahaan dalam satu grup dilakukan dengan cara menaikkan harga pembelian dan menurunkan harga penjualan, khususnya terhadap entitas yang berada di yurisdiksi dengan tarif pajak lebih rendah. Kurangnya transparansi mengenai praktik *transfer pricing* ini menimbulkan asimetri informasi antara agen (manajemen) dan prinsipal (pemegang saham maupun otoritas pajak). Untuk mengurangi potensi konflik kepentingan tersebut, diperlukan biaya agensi sebagai bentuk pengawasan dan pengendalian, di satu sisi, prinsipal mengharapkan peningkatan laba perusahaan, meskipun konsekuensinya adalah beban pajak yang lebih besar. Di sisi lain, agen cenderung mengupayakan efisiensi pajak, salah satunya dengan menurunkan *cash effective tax rate* melalui mekanisme *transfer pricing* (Setu Setyawan, Agustin Dwi Haryanti, 2022:13).

Pengaruh *Tunneli*ng *Incentive* Terhadap Penghindaran Pajak

Sesuai dengan pengujian hipotesis (uji parsial) variabel *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap penghindaran pajak, dengan nilai t hitung sebesar -2.367907 sedangkan t tabel sebesar 1.67866 , maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu -2.367907 < 1.697866, dengan nilai probabilitas 0.0232 < 0.05. dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak yang artinya secara parsial *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap penghindaran pajak, Hasil ini memiliki persamaan degan penelitian yang dilakukan oleh (Nurulita, N. A., & Yulianto, 2023) dan (Rahayu & Handayani, 2023) yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, karena perusahaan yang memiliki kepemilikan pengendali yang kuat cenderung lebih terbuka atau transparan, sehingga tidak memiliki dorongan yang besar untuk menghindari pajak. Selain itu, praktik *tunneling incentive* sering

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

kali dilakukan secara langsung melalui transaksi antar perusahaan afiliasi yang tidak selalu bertujuan untuk menekan beban pajak, melainkan untuk kepentingan pengalihan aset atau laba ke entitas lain dalam grup usaha. Oleh karena itu, dalam konteks ini, semakin besar *tunneling incentive*, justru semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak, karena praktik pengalihan kekayaan tidak difokuskan melalui strategi penghindaran pajak, tetapi pada strategi pengalihan kekayaan secara langsung ke entitas lain dalam grup usaha (Ayu Nurulita & Yulianto, 2023). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Retnowati & Muchlish, 2024). yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Jika dihubungkan dengan teori agensi, dijelaskan bahwa principal ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Karena banyaknya kepemilikan asing dalam perusahan maka manajemen semakin mudah untuk memindahkan aset perusahaan dan memanipulasi keuntungan perusahaan agar dapat menghindari pembayaran pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan (Natasya et al, 2023).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Sesuai dengan pengujian hipotesis (uji parsial) variabel Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak diperoleh t hitung sebesar -0.648813, sedangkan t tabel sebesar 1.67866, maka hasill dari t hitung < t tabel yaitu -0.648813 < 1.67866, dengan nilai probabilitas 0.5205 > 0.05. dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan H0 diterima yang artinya secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak. Hasil ini memiliki persamaan degan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Pratiwi, 2023) dan (Suciati & Sastri, 2024) yang menyatakan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Dikarenakan Besar kecilnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan tidak mempengaruhi keputusan suatu perusahaan untuk melakukan *Tax Avoidance,* karena perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang meningkat maupun menurun memiliki kewajiban yang sama dalam membayar pajak (Wulandari & Pratiwi, 2023). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Juliana et al., 2020) dan (Sinambela, 2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak. Jika dihubungkan dengan teori agensi yang menjelaskan adanya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Kepentingan manajer terletak pada upaya untuk memaksimalkan keuntungan, yang dilakukan melalui pengambilan keputusan yang sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan. Keputusan yang diambil oleh manajer tersebut berimplikasi pada pengurangan beban pajak dengan mempertimbangkan pertumbuhan penjualan. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat, laba juga cenderung meningkat, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan beban pajak. Oleh karena itu, manajer perlu mempertimbangkan faktor ini dalam merumuskan kebijakan untuk mencapai keuntungan yang optimal (Juliana et al., 2020).

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Transfer Pricing, Tunneling Incentive* Dan Pertumbuhan Penjualan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2019-2023. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang kemudian diolah menggunakan *software Eviews* 12. Berikut merupakan kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Hasil pengujian variabel *Transfer Pricing* (X1), *Tunneling Incentive* (X2), dan Pertumbuhan Penjualan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak (Y).
2. Hasil Pengujian variabel *Transfer Pricing* (X1) tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak (Y).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

3. Hasil pengujian variabel *Tunneling Incentive* (X2) berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak (Y).
4. Hasil pengujian Pertumbuhan Penjualan (X3) tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak (Y).

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen saja *yaitu Transfer Pricing, Tunneling Incentive* dan Pertumbuhan Penjualan.
2. Penelitian ini hanya mencakup perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori sektor *Consumer Non-Cyclicalal* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga hasil penelitian tidak merepresentasikan perusahaan di luar sektor tersebut.
3. Jangka waktu penelitian hanya selama lima tahun, yakni antara 2019-2023, sehingga belum mampu memberikan gambaran dalam rentang waktu yang lebih panjang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, guna meningkatkan kualitas dan relevansi penelitian di masa yang akan datang, maka saran-saran yang dapat diberikan, diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa: Disarankan untuk mempertimbangkan dalam memilih industri yang berbeda saat melakukan penelitian serupa. Hal ini dapat membantu dalam memperluas sampel penelitian untuk mencapai representativitas yang lebih baik, yang akan mendukung hasil penelitian sebelumnya dan meningkatkan generalisabilitas temuan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel independen dalam penelitian mereka. Penambahan variabel ini dapat memperkaya analisis dan memungkinkan penelitian yang lebih komprehensif di masa depan. Dengan memasukkan variabel tambahan, penelitian dapat lebih mendalam dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena yang diteliti.
3. Bagi Perusahaan: Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan perhatian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *Tax Avoidance*. Langkah ini tidak hanya dapat membantu mengurangi risiko kesalahan dalam

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 22 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

DAFTAR PUSTAKA

Addin Aditya, S.Kom., M. K., Yekti Asmoro Kanthi, S. S., & M.AB, Siti Aminah, S.Si., S.Pd., M. P. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN ILMIAH DALAM DISIPLIN ILMU SISTEM INFORMASI* (E. Risanto (ed.)). Penerbit Andi.

Ayu Nurulita, N., & Yulianto, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Institutional Ownership, Corporate Social Responsibility, dan Tunneling Incentive terhadap Tax Avoidance. *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.59945/jpnm.v1i1.7

Fitri Yeni, S.E., M. ., Prof. Dr. Hamdy Hady, D., & Dr. Elfiswandi, S.E., M.M., A.K., CA., C. (2024). *NILAI PERUSAHAAN BERDASARKAN DETERMINAN KINERJA KEUANGAN*. CV. Intelektual Manifes Media.

Gama, A. W. S., Mitariani, N. W. E., & Widnyani, N. M. (2024). Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, dan Strategik. Nilacakra.

Imam Ghozali & Dwi Ratmono. (2017). *ANALISIS MULTIVARIAT DAN EKONOMETRIKA, Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan E-Views 10* (Edisi 2). Badan Unit Universitas Diponegoro Semarang.

Indah Wulandari, A. P. P. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance. *J-ISACC : Journal Islamic Accounting Competency Volume 3, Nomor 2, Oktober 2023: 57-70 ISSN 2964-3082*, *3* no *2*.

Isnaini, R. S., Mukti, A. H., & Sianipar, P. B. H. (2024). PENGARUH TRANSFER PRICING, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (Studi Empiris Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Sektor Aneka Industri Tahun 2019-2022). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *3*(2), 808–822. https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2327

Juliana, D., Arieftiara, D., & Nugraheni, R. (2020). Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan Csr Terhadap Penghindaran Pajak. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, *1*, 1257–1271. https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/914.

Nadi, N. A. dan L. (2024). Pengaruh Thin Capitalization, Transfer Pricing, Dan Derivatif Keuangan Terhadap Tax Avoidance. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *4*(4), 5–24.

Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M., & Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., Ch. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Cetakan Pe). Pascal Books.

Putri, L. C. E., & Pratiwi, A. P. (2022). Pengaruh Intensitas Modal, Inventory Intensity Dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, *7*(4), 555–563. https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i4.21400

Putri, S. A., & Yuliafitri, I. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *4*(3), 1499–1514. https://doi.org/10.54082/jupin.543

Rahayu, W. K., & Handayani, S. (2023). Pengaruh Financial Distress, Insentif Tunneling Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, *2*(2), 22–49. https://intropublicia.org/index.php/jabma

Retnowati, W., & Muchlish, M. (2024). Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Tax Avoidance Dengan Koneksi Politik Sebagai Variabel Moderasi Moderating Variable. *INVENTORY: Jurnal Akuntansi*, *8*(1), 33–38. https://doi.org/10.25273/inventory.v8i1.19611

Salsabilla, S., & Nurdin, F. (2023). Pengaruh Transfer Pricing, Roa, Leverage Dan Manajemen Laba Terhadap Penghindaran Pajak Di Bei Tahun 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*

Peradaban, *9*(1), 151–174. https://doi.org/10.24252/jiap.v9i1.35353

Sari, I. R., & Kurniato, C. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Debt Covenant Dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, *5*(4), 944–950. https://doi.org/10.37481/sjr.v5i4.569

Setu Setyawan, Agustin Dwi Haryanti, L. C. I. (2022). *DIMENSI FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TAX AVOIDANCE*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Sinambela, T. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan komite audit terhadap tax avoidance. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, *17*(1), 127–136. https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.15253

Suciati, S. E., & Sastri, E. T. (2024). Pengaruh Transfer Pricing, Umur Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Revenue*, *5*(3), 921–935.

Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. ALFABETA, CV Hotline.

Sukma, C., Riris, W., & Sitorus, R. (2019). Pengaruh Transfer Pricing Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, *4*(2), 18–32. http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP

Vita, N. O. (2023). Pengaruh Kepemilikan Asing Dan Tunneling Incentive Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2021. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, *2*(3), 219–231. https://doi.org/10.30640/digital.v2i3.1332