



## **Analisis Pengaruh *Transfer Pricing*, *Leverage*, Pajak Tangguhan, Dan Beban Iklan Terhadap *Tax Planning* Di Indonesia Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)**

Evita Sysmantia<sup>1</sup>, Einde Evana<sup>2</sup>

Universitas Lampung

Email : [evita.sys2001@gmail.com](mailto:evita.sys2001@gmail.com)<sup>1</sup>,

[eindeevana57@gmail.com](mailto:eindeevana57@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract** Tax revenues for the years 2016-2020 were below the set targets, considering the food and beverage industry as one of the contributors to tax revenue. This research aims to analyze the influence of transfer pricing, leverage, deferred taxes, and advertising expenses on tax planning by examining the values of related party transactions, debt-to-asset ratio, deferred taxes, and advertising intensity of companies over a 4-year period from 2016 to 2020. Transfer pricing involves transfer pricing policies that can be utilized by companies to maximize profits or transfer company earnings to affiliated entities. Leverage, which discusses corporate debt, includes interest expenses that can be deducted to reduce the company's tax burden and examines the amount of assets financed by debt. Deferred taxes represent the amount of deferred taxes that can be compensated in future years, affecting the company's net income by utilizing differences in accounting and tax regulations. On the other hand, advertising expenses can be deducted from the company's income statement, influencing the magnitude of the company's tax burden as advertising expenses are part of the company's selling expenses. The sample for this study consists of 11 companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period from 2016 to 2020, resulting in a total sample size of 55. Multiple linear regression analysis is employed in this study. The results indicate that transfer pricing does not have a significant effect on tax planning, leverage does not have a significant effect on tax planning, deferred taxes have a significant positive effect on tax planning, and advertising expenses do not have a significant effect on tax planning.

**Abstrak** Penerimaan pajak untuk tahun 2016-2020 tidak maksimal dari target yang ditetapkan dengan mengingat industri makanan dan minuman menjadi salah satu penyumbang pajak kepada negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *transfer pricing*, leverage, pajak tangguhan, dan beban iklan terhadap perencanaan pajak dengan melihat masing-masing nilai related party transaction, debt to asset ratio, pajak tangguhan, dan intensitas beban iklan perusahaan selama 4 tahun dalam kurun waktu 2016 sampai 2020. Dalam transfer pricing, terdapat kebijakan harga transfer yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memaksimalkan laba perusahaan atau memindahkan keuntungan perusahaan kepada perusahaan seafiliasi. Pada

leverage yang membahas tentang hutang perusahaan terdapat beban bunga yang bisa dibebankan sehingga mampu mengurangi besarnya beban pajak perusahaan dan melihat besarnya aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Pada pajak tangguhan terdapat besaran pajak tangguhan yang bisa dikompensasikan untuk tahun yang akan datang yang mempengaruhi laba bersih perusahaan dengan memanfaatkan adanya perbedaan peraturan akuntansi dan perpajakan. Sedangkan beban iklan mampu menjadi pengurang pada laporan laba rugi perusahaan yang bisa mempengaruhi besar kecilnya beban pajak perusahaan karena beban iklan menjadi bagian dari beban penjualan perusahaan. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 11 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2016 sampai tahun 2020, sehingga dihasilkan sampel sebanyak 55. Penelitian ini menggunakan Uji Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak, leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak, pajak tangguhan berpengaruh signifikan positif terhadap perencanaan pajak, dan beban iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak.

**Kata Kunci :** *Tax Planning, Transfer Pricing, Leverage, Pajak Tangguhan, Beban Iklan.*

## I. LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara berkembang mengalami pertumbuhan ekonomi baik. Sektor perpajakan menjadi sektor utama dalam membiayai kebutuhan negara dan masyarakat. Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara tanpa imbalan langsung, digunakan untuk keperluan negara demi kesejahteraan rakyat. Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) mengatur hal tersebut. Pajak adalah sumber penerimaan negara terbesar dan berfungsi sebagai pendanaan pembangunan serta kas negara. Adapun fungsi budgetair dari pajak adalah membiayai pengeluaran negara yang berhubungan dengan pembangunan dan kebutuhan negara. Oleh karena itu, aparat pajak berusaha meningkatkan penerimaan pajak sebanyak mungkin guna mencukupi kebutuhan pengeluaran tersebut.

Penerimaan pajak tidak mencapai target maksimal pada tahun 2016 sampai tahun 2020. Meskipun pendapatan negara dan target pajak meningkat, persentase realisasi penerimaan pajak turun di tahun 2019. Pada tahun 2020, penerimaan pajak mengalami penurunan signifikan akibat pandemi COVID-19. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa hanya 58,95% perusahaan yang beroperasi normal dan 82,45% perusahaan mengalami penurunan pendapatan, Meskipun tarif pajak umum penghasilan badan menurun menjadi 22% dan 19% untuk perusahaan Go Public (Kurniawan *et al.*, 2021). Kepatuhan pajak tidak mencapai target yang ditetapkan setiap tahun. Meskipun terjadi peningkatan realisasi kepatuhan pelaporan pajak secara rata-rata, masih banyak wajib pajak yang tidak melaporkan dengan berbagai alasan. Ketidakpatuhan wajib pajak dalam melaporkan tugas mereka dan potensi perencanaan dan penghindaran pajak, terutama oleh perusahaan, memengaruhi penerimaan pajak yang tidak maksimal.

Kewajiban perusahaan untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, sedangkan pengungkapan dan penyajian kewajiban pajak penghasilan perusahaan diatur dalam PSAK 46 (Revisi 2015) tentang Akuntansi Pajak Penghasilan. Menurut Forum Indonesia Untuk Transparansi Anggaran (FITRA), sekitar 80% pelaku penghindaran pajak adalah badan usaha, sedangkan sisanya 20% dilakukan oleh wajib pajak pribadi. Pada tahun 2017, Indonesia termasuk dalam 11 negara terbesar yang melakukan penghindaran pajak dengan nilai mencapai 6,48 miliar dollar AS. Selama 5 tahun tersebut, terjadi kemungkinan adanya perencanaan pajak atau penghindaran pajak yang lebih banyak dilakukan oleh badan atau perusahaan untuk meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan, sehingga penerimaan negara tidak maksimal dan merugikan negara. Sektor wajib pajak badan, seperti manufaktur, perdagangan, jasa keuangan dan asuransi, konstruksi dan real estate, pertambangan, serta transportasi dan pergudangan, menyumbang 75,21% dari total penerimaan pajak atau APBN negara. Pemerintah fokus meningkatkan nilai ekspor nasional terutama di sektor industri, yang menjadi kontributor terbesar dengan nilai ekspor sebesar 126,57 miliar dolar AS atau 75,5% dari total nilai ekspor nasional pada tahun 2019. Sektor industri pengolahan nonmigas seperti industri makanan dan minuman, logam dasar, serta tekstil dan pakaian, mencatat nilai ekspor terbesar. Pada Januari 2020, sektor industri makanan dan minuman menyumbang 78,45% dari total nilai ekspor nasional. Sektor industri manufaktur secara konsisten memainkan peranan penting sebagai penggerak dan penopang utama bagi perekonomian nasional. Pada tahun 2020, sektor industri manufaktur atau pengolahan, terutama subsektor industri makanan dan minuman, memberikan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Meskipun sektor ini mengalami penurunan pertumbuhan kumulatif PDB sejak tahun 2017, tetap menjadi sektor yang diandalkan dan berpotensi melakukan tindakan *tax planning* untuk mengurangi beban pajak.

*Tax planning* atau perencanaan pajak merupakan suatu kegiatan tahap awal manajemen pajak yang dilakukan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan wajib pajak kepada negara sehingga jumlah pajak yang dibayarkan lebih kecil dari seharusnya. Manajemen pajak sendiri memiliki tujuan yaitu memanfaatkan dan menerapkan peraturan perpajakan secara benar dan usaha efisiensi agar mencapai likuiditas dan keuntungan yang seharusnya. Menurut Lumbantoran (1996), terdapat lima macam strategi *tax planning* yaitu pergeseran pajak (*tax shifting*), kapitalisasi, transformasi, *tax evasion* (illegal) dan *tax avoidance* (legal).

Faktor pertama dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing*. *Transfer pricing* adalah tindakan mengalokasikan laba antara entitas perusahaan di negara yang berbeda dalam satu grup perusahaan untuk tujuan mengurangi pajak (Suandy, 2016). *Transfer pricing* digunakan dalam manajemen perpajakan untuk mengurangi pembayaran pajak dan pembagian dividen sebagai strategi perencanaan pajak. Peraturan *transfer pricing* diatur dalam Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 yang berlaku untuk transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh (Lutfia & Pratomo, 2018), *transfer pricing* berpengaruh secara positif terhadap *tax avoidance*. Sedangkan menurut (Panjalusman et al., 2018), *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Leverage adalah rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan hutang untuk membiayai kegiatan usahanya dibandingkan dengan modal sendiri. Hutang yang lebih tinggi dapat mengurangi beban pajak perusahaan karena adanya pembayaran bunga (Kasmir, 2017:113). Perusahaan dapat memanfaatkan beban bunga tersebut sebagai pengurang pajak yang harus dibayarkan. Penelitian yang dilakukan oleh (Jasmine et al., 2017) dan (Wahyuni et al., 2019), leverage berpengaruh positif terhadap tax avoidance. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Prapitasari & Safrida, 2019) dan (Dharma & Ardiana, 2016), leverage berpengaruh negative terhadap tax avoidance.

PSAK No. 46 (IAI, 2017) mendefinisikan pajak tangguhan sebagai saldo akun di neraca yang merupakan manfaat pajak yang diperkirakan akan dipulihkan di masa depan karena adanya perbedaan sementara antara standar akuntansi keuangan dan peraturan perpajakan, serta adanya saldo kerugian yang dapat dikompensasi di masa mendatang. Pajak tangguhan memiliki dua perspektif, yaitu aset pajak tangguhan yang merupakan manfaat pajak yang diasumsikan akan direalisasikan di masa mendatang untuk mengurangi beban pajak, dan beban pajak tangguhan yang timbul akibat perbedaan sementara dalam pelaporan keuntungan di versi komersial dan versi fiskal. Perusahaan dapat memanfaatkan pajak tangguhan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan, terutama melalui perbedaan sementara yang signifikan dalam perhitungan pajak perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yemima Christa Agadima, 2022) dan (Akbar *et al.*, 2022), menyatakan bahwa pajak tangguhan berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Sedangkan menurut penelitian (Kasir, 2020), pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap *tax planning* atau *tax avoidance*.

Beban iklan adalah biaya yang timbul dari kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk. Menurut Peraturan Menteri Keuangan/PMK Nomor 2 Tahun 2010, beban iklan dapat dikurangkan dalam laporan keuangan fiskal perusahaan. Perusahaan dengan beban iklan tinggi cenderung memiliki potensi penghindaran pajak yang rendah, sedangkan perusahaan dengan beban iklan rendah cenderung memiliki potensi penghindaran pajak yang lebih tinggi (Nguyen, 2015).

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian (Rifai & Suci Atiningsih, 2019). Penelitian ini termotivasi untuk melihat apakah perusahaan sub sector makanan dan minuman melakukan perencanaan atau penghindaran pajak dengan mengingat pangsa pasar yang cukup besar dari perusahaan ini dan memungkinkan memiliki laba dan beban pajak yang tinggi. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu variable dan sampel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan dan menambahkan variabel *transfer pricing*, pajak tangguhan dan beban iklan. Lalu untuk populasi yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang mana penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman dengan periode yang digunakan 2016-2020.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Keagenan (*Agency Theory*)

teori keagenan ialah suatu kontrak di bawah satu atau lebih yang melibatkan agent untuk melaksanakan beberapa layanan bagi mereka dengan melakukan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen (Jensen & Meckling, 1976). Menurut Asumsi Eisenhardt (1989), teori keagenan mempunyai tiga asumsi dasar yang ada pada manusia, dimana berisi yaitu :

- Self Interest : memikirkan kepentingan dan tujuan pribadi masing-masing.
- Bounded Rationality : daya pikir pandangan masa yang akan datang terbatas.
- Risk Averse : cenderung untuk meminimalisir dan menghindari risiko.

Teori agensi menjelaskan adanya konflik kepentingan antara pihak prinsipal dan pihak agen dalam suatu perusahaan. Pihak prinsipal, yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan, dapat dirugikan karena sulit mendapatkan informasi lengkap mengenai perusahaan. Di sisi lain, pihak agen, yang terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan, memiliki insentif untuk melakukan tindakan penghindaran pajak, seperti transfer pricing, guna menurunkan beban pajak perusahaan. Pihak prinsipal terlibat secara langsung dalam mengelola aset-aset dan hutang-hutang perusahaan untuk menurunkan beban pajak dengan tindakan seperti transfer pricing, karena hal ini memberikan insentif kepada pihak manajemen untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Yuniasih et al., 2012).

Penghindaran pajak dapat diasumsikan didasari oleh teori agensi, di mana kebijakan perusahaan terkait pajak dipengaruhi oleh perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen. Tekanan yang diterima oleh manajemen untuk memberikan keuntungan kepada prinsipal menjadi alasan di balik praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh manajemen perusahaan (Lestari & Putri, 2017).

### Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan & Perpajakan), pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Beban pajak ialah jumlah agregat dari pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam laba rugi akuntansi pada periode berjalan sebagai beban atau penghasilan perusahaan (Waluyo, 2008:215). Pajak Penghasilan merupakan pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam satu tahun pajak (Resmi, 2017:70). Menurut Ilyas dan Suhartono (2009:127), perhitungan Pajak Penghasilan Badan dilakukan pada akhir tahun pajak dengan menjumlahkan seluruh penghasilan perusahaan (kecuali penghasilan yang telah dikenakan PPh Final) dan mengurangi beban berdasarkan Undang-Undang Pajak Penghasilan. Tarif Pajak Penghasilan Badan untuk tahun 2016-2020 yaitu : adalah sebagai berikut:

- Tahun 2016-2019 : 25% (umum), 20% (*go public*).
- Tahun 2020 : 22% (umum), 19% (*go public*).

### ***Tax Planning***

Menurut Pohan (2015:8), *Tax Planning* ialah serangkaian strategi untuk mengatur akuntansi dan keuangan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban perpajakan dengan cara-cara yang tidak melanggar peraturan perpajakan (*in legal way*). Tujuan dari perencanaan tersebut yaitu agar perencanaan atau pengendalian itu mampu membuat pajak yang harus dibayarkan kepada pihak pemerintah seefisien mungkin dengan melalui suatu perbuatan yang disebut penghindaran pajak (*tax avoidance*) bukan dengan perbuatan penyeludupan pajak (*tax evasion*) (Zain, 2007). Menurut Pohan (2019), Penghindaran pajak termasuk dalam pengertian perencanaan pajak (*tax planning*).

Menurut Pohan (2014:21), tujuan dari tax planning yaitu :

- Meminimalisasi beban pajak yang terutang,
- Memaksimalkan laba setelah pajak, meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus
- Memenuhi perpajakannya secara benar sesuai dengan ketentuan perpajakan

### ***Transfer Pricing***

Menurut Suandy (2016), *transfer pricing* ialah tindakan mengalokasikan laba dari entitas perusahaan di satu negara ke entitas perusahaan negara lain, dalam satu group perusahaan dengan tujuan untuk meminimalisir bahkan menghindari pajak. Adapun tujuan transfer pricing menurut Suandy (2016:79) yaitu terdiri dari : Memaksimalkan penghasilan global, Mengamankan posisi kompetitif anak/ cabang perusahaan dan penetrasi pasar, Mengevaluasi kinerja anak/ cabang perusahaan mancanegara, Menghindarkan pengendalian devisa, Mengontrol kredibilitas asosiasi, Mengurangi risiko moneter, Mengatur arus kas anak/cabang perusahaan yang memadai, Membina hubungan baik dengan administrasi setempat, Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, dan Mengurangi risiko pengambil alihan oleh pemerintah. Pada Peraturan Direktur Jendrak Pajak Nomor PER-32/PJ/2011, tertulis mengenai Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha yang wajib diterapkan atas transaksi jasa yang dilakukan antara Wajib Pajak dengan pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa. Transaksi sebagaimana dimaksud dianggap memenuhi Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha sepanjang memenuhi ketentuan yaitu :

- Penyerahan atau perolehan jasa benar-benar terjadi;
- Nilai transaksi jasa antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa sama dengan nilai transaksi jasa yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa yang mempunyai kondisi yang sebanding, atau yang dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak untuk keperluannya.

## **Leverage**

Rasio *leverage* ialah rasio yang memberikan gambaran mengenai seberapa besar hutang perusahaan yang digunakan untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan serta dapat digunakan untuk mengetahui gambaran seberapa besar resiko hutang tidak tertagih yang dimiliki perusahaan yang mana ditunjukkan dengan struktur modal perusahaan (Prapitasari & Safrida, 2019). Berdasarkan UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, bunga dari pinjaman mampu menjadi beban yang dapat dikurangkan terhadap penghasilan kena pajak sehingga hal tersebut mempengaruhi laba kena pajak yang menjadi berkurang dan diikuti kewajiban pajak perusahaan yang juga berkurang. Hal ini akan membuat perusahaan melakukan tindakan perencanaan pajak melalui penghindaran pajak. Adapun jenis-jenis rasio leverage yang diungkapkan oleh Kasmir (2010:112) yaitu : Debt To Asset Ratio (DAR), Debt To Equity Ratio (DER), Time Interest Earned Ratio, dan Long Term Debt To Equity Ratio (LTDtER)

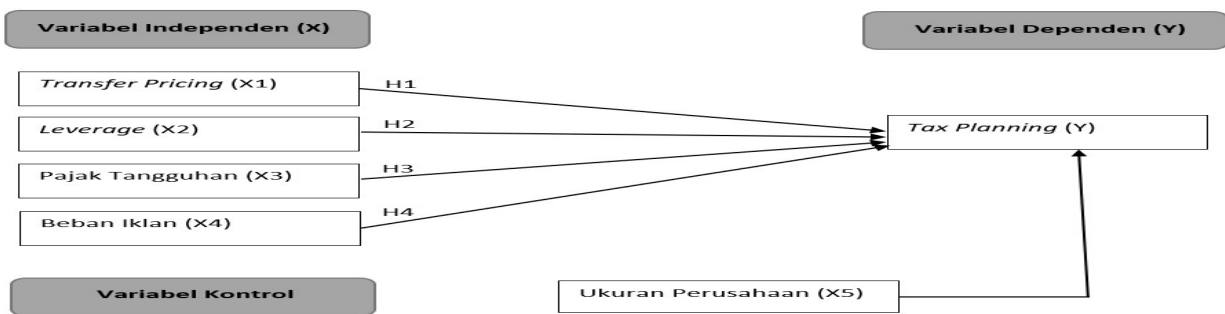
## **Pajak Tangguhan**

Menurut PSAK 46, Pajak tangguhan adalah saldo akun di neraca sebagai manfaat pajak yang jumlahnya merupakan jumlah estimasi yang akan dipulihkan dalam periode yang akan datang sebagai akibat adanya perbedaan temporer antara standar akuntansi keuangan dengan peraturan perpajakan dan akibat adanya saldo kerugian yang dapat dikompensasi pada periode mendatang. Menurut (Timuriana et al., 2015) aset pajak tangguhan adalah dampak akibat yang terjadi dikarenakan adanya PPh di masa yang akan datang namun dipengaruhi oleh adanya perbedaan waktu antara perlakuan akuntansi dan perpajakan serta kerugian fiskal yang masih dapat digandakan pada periode yang akan datang. Menurut PSAK No. 46, beban pajak tangguhan adalah jumlah pajak yang harus dibayarkan pada periode mendatang sebagai akibat perbedaan sementara yang kena pajak. Perbedaan ini terjadi karena penerapan kebijakan akrual yang mengakibatkan pengakuan pendapatan atau beban berbeda antara aturan akuntansi dan perpajakan. Perbedaan permanen terjadi karena ketentuan peraturan perpajakan sehingga terdapat beberapa pendapatan yang tidak termasuk obyek pajak namun secara akuntansi pendapatan tersebut harus diakui sebagai pendapatan. Perbedaan temporer adalah perbedaan karena berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan merupakan penghasilan atau biaya yang boleh dikurangkan pada periode akuntansi terdahulu atau periode akuntansi berikutnya dari periode akuntansi sekarang, sedangkan komersial mengakuinya sebagai penghasilan atau biaya pada periode yang bersangkutan.

## Beban Iklan

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK 03/ 2010 tentang Beban Promosi Yang Dapat Dikurangkan Dari Penghasilan Bruto, beban iklan atau promosi adalah bagian dari beban penjualan yang dikeluarkan oleh Wajib Pajak dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan. Pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK. 03/ 2010 Pasal 2, tertulis bahwa besarnya biaya promosi atau iklan yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto merupakan akumulasi dari jumlah Biaya periklanan di media elektronik media cetak, dan/atau media lainnya; biaya pameran produk; biaya pengenalan produk baru; dan/ atau biaya *sponsorship* yang berkaitan dengan promosi produk.

## Kerangka Berpikir dan Hipotesis



Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini yaitu :

H1 : *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap positive *tax planning*

H2 : *Leverage* berpengaruh negative terhadap *tax planning*.

H3 : Pajak Tangguhan berpengaruh positive terhadap *tax planning*

H4 : Beban iklan berpengaruh negatif terhadap *tax planning*.

## III. METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Populasi yang didapatkan yaitu 30 perusahaan dengan laporan yang digunakan tahun 2016-2020. Sedangkan teknik sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*. Sampelnya adalah perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman yang berjumlah 55 sampel dari total 11 perusahaan dengan periode 5 tahun.



## Variabel Dependen

### *Tax Planning*

Variable dependennya adalah *tax planning* atau perencanaan pajak. *Effective Tax Rate* (ETR) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat keefektifan perusahaan dalam membayar beban pajaknya berdasarkan laba yang dihasilkan dan mengetahui apakah perusahaan melakukan tindakan perencanaan atau penghindaran pajak. ETR digunakan dalam penelitian (Widiyantoro & Sitorus, 2019), (Panjalusman et al., 2018) dan (Kasir, 2020) Rumus untuk mengaproksikan pengukuran *tax planning* yaitu :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

## Variabel Independen

### *Transfer Pricing*

Penelitian ini, *transfer pricing* diukur menggunakan proksi nilai dari transaksi pihak berelasi (*Related Party Transactions*) yang mana diukur atas total piutang perusahaan atas total piutang pihak yang berelasi atau memiliki hubungan istimewa. Adapun rumus ini digunakan pada penelitian (Panjalusman et al., 2018) dan (Widiyantoro & Sitorus, 2019). Rumus untuk mengaproksikan pengukuran *transfer pricing* yaitu :

$$RPT = \frac{\text{Total Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

### **Leverage**

DAR (*Debt To Asset Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk melihat seberapa besar aktiva perusahaan yang didanai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (Kasmir, 2017:112). DAR juga digunakan untuk mengukur *leverage* dalam penelitian (Puspita dan Marsono, 2020). Adapun rumus untuk mengukur DAR (*Debt To Asset Ratio*) yaitu :

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

## Pajak Tangguhan

Menurut PSAK No. 46, pajak yang ditangguhkan dihitung menggunakan tarif yang berlaku di masa yang akan datang. Selain itu untuk pengukuran asset pajak tangguhan diukur dengan tarif saat periode asset direalisasikan dan beban pajak tangguhan diukur dengan tarif pajak di saat periode beban pajak tersebut dilunasi. Adapun penelitian ini menggunakan rumus yang sama dengan rumus yang digunakan pada penelitian (Kasir, 2020), dimana rumusnya yaitu :

$$\text{Deffered Tax} = \frac{\text{Beban Pajak Tangguhan } t}{\text{Total Aset } t - 1}$$

## Beban Iklan

Pada penelitian ini, untuk mengukur besarnya beban iklan maka digunakan tingkat intensitas beban iklan yang terdapat pada laporan keuangan perusahaan dengan rumus yang berpedoman dari penelitian (Nguyen, 2015). Adapun rumus untuk menghitungnya yaitu sebagai berikut :

$$\text{Intensitas Beban Iklan} = \frac{\text{Nilai Beban Iklan}}{\text{Nilai Penjualan}}$$

## Variabel Kontrol

### Ukuran Perusahaan

Variabel Kontrol merupakan variabel yang dikendalikan agar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang berada di luar penelitian atau tidak diteliti sehingga mampu terhindar dari hasil perhitungan yang bias. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan (*company size*) menjadi variable control dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian (Rista & Agung, 2016), ukuran perusahaan sebagai variable control diukur dengan logaritma natural dari total asset perusahaan yang mana hal tersebut juga akan digunakan pada penelitian ini. Adapun rumus perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{SIZE} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Analisis Statistik Deskriptif

<b>Descriptive Statistics</b>					
	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
X1_ Transfer Pricing	55	,00112	,94694	,3839318	,31651633
X2_ Leverage	55	,14056	,72845	,4615447	,14739976
X3_ Pajak Tangguhan	55	,00006	,01521	,0035000	,00313068
X4_ Beban Iklan	55	,00025	,17284	,0398443	,03982586
X5_ Ukuran Perusahaan	55	27,06581	32,72561	29,4209339	1,50780155
Y_ Tax Planning	55	,03201	,34295	,2442448	,06075089
Valid N (listwise)	55				

##### Sumber : Data diolah oleh Penulis dengan Program SPSS 25

Variabel transfer pricing yaitu didapatkan nilai rata-rata sebesar 0,3839 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,3165. Adapun nilai minimum atau terendah sebesar 0,00112 yang dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada periode tahun 2018. Hal tersebut menunjukkan selama periode tahun 2016-2020, PT Multi Bintang Indonesia Tbk memiliki nilai transaksi dengan pihak berelasi yang paling rendah. Sedangkan nilai tertinggi ada pada PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2020 dengan nilainya yaitu 0,94694 yang menandakan bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki nilai transaksi dengan pihak berelasi yang mana diukur berdasarkan jumlah piutangnya. Nilai rata-rata dari variabel ini yaitu sebesar 0,38393 (38,39%). Hal tersebut menandakan bahwa dari 11 perusahaan tersebut, rata-rata jumlah perusahaan yang melakukan transaksi dengan pihak berelasi yaitu sebesar 38,39%. Selain itu terkait dengan nilai standar deviasi sebesar 0,3165 yang mana menandakan nilai ini lebih kecil dari nilai mean sehingga bisa dijadikan representasi dari seluruh data variabel transfer pricing yang ada. Nilai ini juga menunjukkan bahwa apabila penyimpangan rata-rata terjadi maka tidak akan lebih dari 0,3165 atau -0,3165.

Hasil deskriptif dari variabel leverage yaitu didapatkan nilai rata-rata sebesar 0,4615 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,1474. Adapun nilai minimumnya sebesar 0,14056 yang ada pada PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk pada periode 2018. Hal menunjukkan bahwa PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk memiliki nilai paling rendah terkait dengan hutang untuk membiayai asetnya. Sedangkan nilai maksimumnya dimiliki oleh PT Tunas Baru Lampung Tbk pada periode tahun 2016. Hal tersebut menandakan bahwa PT Tunas Baru Lampung Tbk memiliki nilai hutang untuk membiayai asetnya dengan jumlah rasio yang paling tinggi. Adapun nilai rata-ratanya yaitu sebesar 0,4615 (46,15%), yang mana mengindikasikan bahwa perusahaan rata-rata menggunakan 46,15% dari total sumber dana yang berasal dari hutang dalam membiayai aset perusahaan untuk kegiatan operasional dan pengembangan bisnisnya. Sedangkan nilai standar deviasi pada variabel ini yaitu 0,1474 yang mana nilainya lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal itu menandakan bahwa apabila ada penyimpangan pada nilai rata-rata maka penyimpangan tersebut tidak melebihi 0,1474 atau -0,1474.

Hasil deskriptif dari variabel pajak tangguhan yaitu didapatkan nilai rata-rata sebesar 0,0035 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,0031. Adapun nilai minimum dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur pada periode tahun 2017. Hal itu menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai beban pajak tangguhan yang paling rendah dibandingkan dengan total aset tahun sebelumnya jika dibandingkan dengan nilai yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan lain. Kemudian untuk nilai maksimumnya dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia dengan nilai 0,0152, yang mana hal tersebut menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai beban pajak tangguhan yang paling tinggi dibandingkan dengan total aset tahun sebelumnya jika dibandingkan dengan nilai yang dimiliki perusahaan-perusahaan lainnya. Selain itu, nilai rata-rata sebesar 0,0035 menandakan bahwa perusahaan-perusahaan sampel memiliki nilai rata-rata beban pajak tangguhan yang relatif kecil yaitu sebesar 0,0035 (0,35%) dari total aset tahun sebelumnya. Kemudian untuk nilai standar deviasi sebesar 0,0031 menandakan bahwa perbedaan antara beban pajak tangguhan yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan tersebut relatif kecil. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata juga dapat dijadikan sebagai representasi dari keseluruhan data yang ada dan apabila terjadi penyimpangan pada nilai rata-rata maka penyimpangan tersebut tidak melebihi 0,0031 atau -0,0031.

Hasil deskriptif variabel beban iklan menunjukkan bahwa rata-rata beban iklan adalah 0,03984 (3,984%), dengan standar deviasi sebesar 0,03982. PT Tunas Baru Lampung Tbk memiliki beban iklan terendah sebesar 0,00025 (0,025%) pada tahun 2020, sementara PT Akasha Wira International Tbk memiliki beban iklan tertinggi sebesar 0,17284 (17,28%) pada tahun 2017. Rata-rata perusahaan dalam penelitian ini menggunakan beban iklan sebesar 0,03984 (3,984%) dari total penjualan. Standar deviasi yang besar menunjukkan variasi yang signifikan dalam besarnya beban iklan antara perusahaan-perusahaan dalam sampel penelitian ini. Terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai minimum dan maksimum beban iklan, mencakup rentang dari 0,00025 hingga 0,17284, menunjukkan perusahaan-perusahaan yang berbeda dalam agresivitas pengeluaran beban iklan untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan.

Hasil deskriptif dari variabel ukuran perusahaan selaku variabel kontrol yaitu didapatkan nilai rata-rata sebesar 29,4209 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,5078. Terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai minimum dan maksimum, yang menunjukkan perbedaan ukuran perusahaan yang cukup besar di antara perusahaan yang diamati jika diukur berdasarkan dari logaritma natural total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai minimum dimiliki oleh PT Sekar Laut Tbk dengan nilai 27,0658 pada periode tahun 2016 yang mana menandakan perusahaan tersebut memiliki nilai total aset terendah dibandingkan perusahaan lainnya selama periode pengamatan. Sedangkan nilai maksimum dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan nilai 32,7256 pada periode tahun 2020, yang mana hal tersebut menandakan bahwa perusahaan besar itu memiliki nilai total aset tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya selama pada periode pengamatan.

Hasil deskriptif dari variabel tax planning yaitu didapatkan nilai rata-rata sebesar 0,2442 (24,42%) dengan nilai standar deviasi sebesar 0,0607. Dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melakukan perencanaan pajak atau penghindaran pajak dengan nilai 0,2442 (24,42%). Nilai standar deviasi sebesar 0,0607 menunjukkan bahwa variasi nilai perencanaan pajak atau penghindaran pajak di antara perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini relatif rendah. Terdapat perbedaan antara nilai minimum dan maksimum pada variabel tax planning. PT Budi Strach & Sweetener Tbk memiliki nilai tax planning terendah sebesar 0,03201 (3,20%) pada tahun 2020 dibandingkan dengan perusahaan lainnya selama periode pengamatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah nilai ETR dibandingkan dengan tarif pajak yang berlaku saat itu maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak. Sementara PT Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai tax planning tertinggi sebesar 0,34295 (34,29%) pada tahun 2016 dibandingkan dengan perusahaan lainnya selama periode pengamatan. Hal ini menunjukkan bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki kemungkinan paling kecil melakukan penghindaran pajak. Selain itu nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa ada variasi dalam praktik perencanaan pajak di antara perusahaan yang diamati selama periode pengamatan.

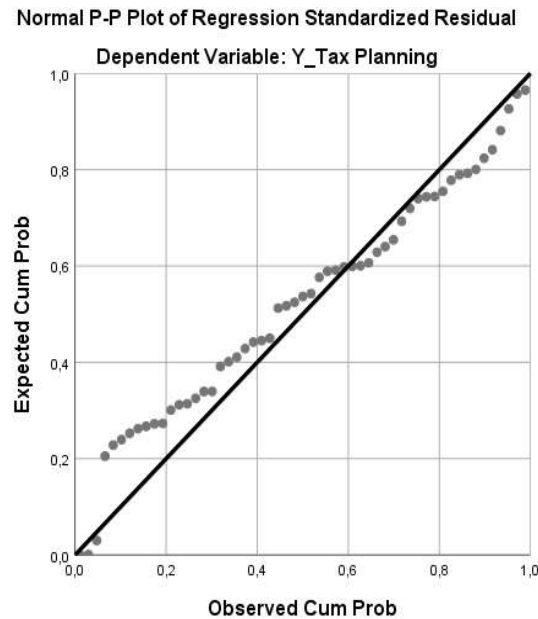
## Uji Asumsi Klasik

### a. Normalitas

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>			
			<b>Unstandardized Residual</b>
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,185 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,175
		Upper Bound	,195

**Sumber : Data diolah oleh Penulis dengan Program SPSS 25**

**Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Pada Uji Normalitas**

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

Berdasarkan dari data tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi tersebut sebesar 0,185 yang mana angka tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai 0,05 merupakan nilai acuan hasil normal atau tidak normal dari uji normalitas yang dilakukan. Kemudian berdasarkan gambar grafik garis diagonal dapat dilihat bahwa titik-titik tersebut menyebar berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan model regresi yang sudah memenuhi asumsi normal. Oleh karena itu penggunaan model regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilakukan.

#### **b. Multikolinearitas**

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas**

##### **Coefficients**

<b>Model</b>		<b>Collinearity Statistics</b>	
		<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
<b>1</b>	X1 Transfer Pricing	,646	1,549
	X2 Leverage	,757	1,321
	X3 Pajak Tangguhan	,719	1,390
	X4 Beban Iklan	,553	1,808
	X5 Ukuran Perusahaan	,739	1,353

a. Dependent Variabel : Y\_Tax Planning

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

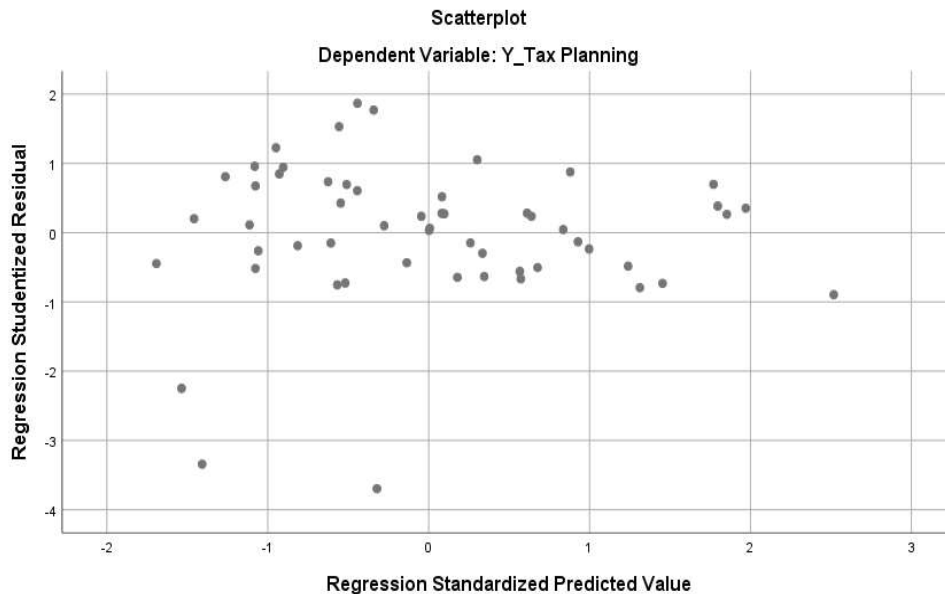
Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa *transfer pricing* memiliki nilai tolerance sebesar 0,646 dan nilai VIF sebesar 1,549. Kemudian leverage memiliki nilai tolerance yaitu 0,757 dan nilai VIF yaitu 1,321. Pajak tangguhkan dengan nilai tolerance sebesar 0,719 dan nilai VIF sebesar 1,390. Selanjutnya beban iklan dengan nilai tolerance 0,553 dan nilai VIF 1,808. Dan yang terakhir yaitu ukuran perusahaan dengan nilai tolerance sebesar 0,739 dan nilai VIF sebesar 1,353. Dari hasil-hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dari variabel-variabel independen tersebut karena nilai tolerance seluruh variabel yang berada pada nilai > 0,10 dan nilai VIF yang berada pada nilai < 10,00. Sehingga model regresi linier berganda layak untuk digunakan pada penelitian ini.

### c. Heteroskedastisitas

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,148	,107		1,380	,174
	X1_Transfer Pricing	,032	,018	,293	1,763	,084
	X2_Leverage	,026	,036	,110	,721	,475
	X3_Pajak Tangguhan	-2,362	1,730	-,215	-1,365	,178
	X4_Beban Iklan	,304	,155	,352	1,963	,055
	X5_Ukuran Perusahaan	-,005	,004	-,212	-1,366	,178
a. Dependent Variable: ABSRES						

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

**Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

Berdasarkan data tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa transfer pricing memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar 0,084 dan leverage memiliki nilai nilai 0,475. Kemudian pajak tangguhan, beban iklan, dan ukuran perusahaan masing-masingnya memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar 0,178 ; 0,055 ; dan 0,178. Hal tersebut menandakan bahwa keseluruhan nilai signifikansi dari masing-masing variabel berada di atas 0,05. Sedangkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa pola titik-titik berada tersebar di atas dan di bawah 0 sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang beraturan. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas berdasarkan hasil dari uji glejser dan hasil dari grafik scatterplot. Oleh karena itu, model regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dan layak dilakukan.

#### d. Autokorelasi

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>
1	,609 <sup>a</sup>	,370	,306	,05060318	1,806
a. Predictors: (Constant), X5_Ukuran Perusahaan, X2_Leverage, X1_Transfer Pricing, X3_Pajak Tangguhan, X4_Beban Iklan					
b. Dependent Variable: Y_Tax Planning					

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**



Sebelumnya, pada penelitian menggunakan proksi lima variabel independen sehingga nilai  $k = 5$  dan sampel atau  $N$  sebanyak 55. Sehingga nilai  $dL$  yaitu 1,3743 dan nilai  $dU$  yaitu 1,7681. Sehingga  $4-dU$  memiliki nilai sebesar 2,2319. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson pada pengujian autokorelasi dari penelitian ini memiliki nilai yaitu sebesar 1,806. Nilai tersebut berada di antara  $dU$  dan  $(4-dU)$  yang mana menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini. Oleh karena itu model regresi linier berganda dapat digunakan pada penelitian ini karena autokorelasi tidak terjadi.

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,540	,161		-3,364	,001
	X1 Transfer Pricing	-,046	,027	-,241	-1,710	,094
	X2 Leverage	-,036	,054	-,087	-,669	,507
	X3 Pajak Tangguhan	5,428	2,594	,280	2,093	,042
	X4 Beban Iklan	-,135	,232	-,088	-,580	,565
	X5 Ukuran Perusahaan	,027	,005	,679	5,151	,000
a. Dependent Variable: Y Tax Planning						

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

Tabel di atas menunjukkan bahwa persamaan dari regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu :

$$ETR = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = -0,540 - 0,046X_1 - 0,036X_2 + 5,428X_3 - 0,0135X_4 + 0,027X_5 + e$$

Hasil hasil persamaan regresi tersebut, maka disimpulkan bahwa :

- a. Nilai konstanta ( $b_0$ ) sebesar -0,540. Hal tersebut menandakan bahwa apabila variabel-variabel independen mengalami penurunan maka nilai dari variabel dependen yaitu perencanaan pajak juga akan ikut turun. Kemudian di saat nilai variabel independen yaitu  $x_1, x_2, x_3, x_4$ , dan  $x_5$  sama dengan bernilai 0 maka variabel dependen yaitu perencanaan pajak sama dengan bernilai konstanta yaitu -0,540.
- b. Selanjutnya, koefisien regresi dari variabel independen pertama ( $X_1$ ) bernilai yaitu -0,046 yang mana menjadi besarnya kontribusi dari variabel transfer pricing kepada variabel perencanaan pajak. Hal tersebut menandakan bahwa transfer pricing memiliki pengaruh negatif atau arah korelasi negatif terhadap variabel perencanaan pajak. Setiap kenaikan 1% dari nilai transfer pricing (related party transactions) maka akan menurunkan perencanaan pajak sebesar 0,046%. Atau semakin besar nilai rasio transfer pricing (related party transactions) maka akan semakin menurunkan nilai dari perencanaan pajak.

- c. Lalu, koefisien regresi dari variabel independen kedua (X2) bernilai yaitu -0,036. Hal tersebut kontribusi dari leverage ketika memberikan pengaruh terhadap perencanaan pajak. Nilai -0,036 juga menunjukkan bahwa leverage berkorelasi negatif terhadap perencanaan pajak. Pada setiap 1% kenaikan dari nilai leverage (Debt to Asset Ratio) maka akan menurunkan perencanaan pajak senilai 0,036%. Atau semakin besar nilai rasio leverage (Debt to Asset Ratio) maka akan semakin menurunkan nilai dari perencanaan pajak
- d. Koefisien regresi dari variabel independen ketiga (X3) memiliki nilai sebesar 5,428 yang menjadi arti besarnya kontribusi variabel pajak tangguhan terhadap variabel perencanaan pajak. Selain itu nilai tersebut menandakan bahwa arah korelasi positif ada pada variabel pajak tangguhan terhadap variabel perencanaan pajak. Setiap kenaikan 1% dari pajak tangguhan maka akan menaikkan juga perencanaan pajak sebesar 5,428%. Atau semakin besar nilai rasio pajak tangguhan maka akan semakin meningkatkan nilai dari perencanaan pajak.
- e. Kemudian, nilai dari koefisien regresi dari variabel independen keempat (X4) yaitu sebesar -0,135 yang menandakan terdapat kontribusi variabel beban iklan terhadap perencanaan pajak senilai tersebut. Variabel beban iklan memiliki arah korelasi yang negatif terhadap variabel perencanaan pajak. Pada tiap kenaikan 1% dari nilai beban iklan maka akan menurunkan perencanaan pajak sebesar 0,0135%. Atau semakin besar nilai rasio beban iklan maka akan semakin menurunkan nilai dari perencanaan pajak.
- f. Selanjutnya, nilai koefisien regresi dari variabel independen kelima (X5) yaitu sebesar 0,027 yang menjadi nilai kontribusi dari variabel ukuran perusahaan terhadap variabel perencanaan pajak. Arah korelasi positif terjadi antara variabel ukuran perusahaan terhadap variabel perencanaan pajak. Setiap 1% kenaikan dari nilai ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma total aset maka akan semakin menaikkan nilai rasio perencanaan pajak sebesar 0,027%. Atau semakin besar nilai ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aset, maka akan semakin meningkatkan nilai dari rasio perencanaan pajak perusahaan. Selain itu dapat dilihat pula nilai signifikansi yang ada bernilai 0,000 yang mana  $< 0,05$  sehingga menandakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap *tax planning* dan baik untuk dijadikan sebagai variabel kontrol.

## Uji Hipotesis

### Uji T

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Hipotesis T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,540	,161		-3,364	,001
	X1_Transfer Pricing	-,046	,027	-,241	-1,710	,094
	X2_Leverage	-,036	,054	-,087	-,669	,507
	X3_Pajak Tangguhan	5,428	2,594	,280	2,093	,042
	X4_Beban Iklan	-,135	,232	-,088	-,580	,565
	X5_Ukuran Perusahaan	,027	,005	,679	5,151	,000
a. Dependent Variable: Y Tax Planning						

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

- a. Uji t dari variabel *transfer pricing* (X1) dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,094. Yang mana hal tersebut menandakan bahwa nilainya  $> 0,05$  yang berarti bahwa variabel independen *transfer pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tidak ada bukti yang cukup untuk menunjukkan bahwa *transfer pricing* (X1) berpengaruh signifikan negative dengan variabel *Tax Planning* (Y). Oleh karena itu, kesimpulan dapat diambil bahwa variabel *Transfer Pricing* (X1) dengan variabel *Tax Planning* (Y) tidak berpengaruh signifikan.
- b. Uji t dari variabel leverage (X2) dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,507. Yang mana hal tersebut menandakan bahwa nilainya  $> 0,05$  yang berarti bahwa variabel independen leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut menandakan bahwa H0 diterima dan H2 ditolak karena tidak ada bukti yang cukup untuk menunjukkan adanya pengaruh signifikan negative antara variabel leverage (X2) dengan variabel *Tax Planning* (Y). Oleh karena itu, kesimpulan dapat diambil bahwa antara variabel leverage (X2) dengan variabel *Tax Planning* (Y) tidak berpengaruh signifikan.
- c. Uji t dari variabel pajak tangguhan (X3), memiliki tingkat signifikansi yaitu 0,042 yang mana nilainya  $< 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen pajak tangguhan berpengaruh signifikan karena nilainya yang  $< 0,05$ . Hal itu menandakan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima karena nilai tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel pajak tangguhan (X3) dengan variabel *tax planning* (Y) berpengaruh signifikan positif.
- d. Uji t dari variabel beban iklan (X4) dihasilkan nilai signifikansi yaitu 0,565 yang mana menandakan bahwa nilainya  $> 0,05$ . Hal tersebut berarti bahwa variabel independen beban iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *tax planning*. Hal itu menandakan bahwa H0 diterima dan H4 ditolak karena tidak adanya bukti yang cukup menjelaskan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel beban iklan (X4) dengan variabel *Tax Planning* (Y). Oleh karena itu, kesimpulan dapat diambil bahwa antara variabel beban iklan (X4) dengan variabel *Tax Planning* (Y) tidak berpengaruh signifikan.

## Uji F

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Hipotesis F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,074	5	,015	5,766	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,125	49	,003		
	Total	,199	54			
a. Dependent Variable: Y_Tax Planning						
b. Predictors: (Constant), X5_Ukuran Perusahaan, X2_Leverage, X1_Transfer Pricing, X3_Pajak Tangguhan, X4_Beban Iklan						

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

Berdasarkan dari tabel diatas mengenai uji F, dihasilkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut < 0,05. Kemudian nilai F hitung yang didapatkan yaitu 5,766 yang mana nilai tersebut melebihi f tabel yang nilainya 2,56 berdasarkan  $df_1 = 4$  dan  $df_2 = 49$ . Hal tersebut menandakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*transfer pricing*, leverage, pajak tangguhan, dan beban iklan) dengan variabel dependen (*tax planning*) dengan kontrol variabel ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode tahun 2016-2020.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,609 <sup>a</sup>	,370	,306	,05060318	1,806
a. Predictors: (Constant), X5_Ukuran Perusahaan, X2_Leverage, X1_Transfer Pricing, X3_Pajak Tangguhan, X4_Beban Iklan					

**Sumber : Data diolah oleh penulis dengan program SPSS 25**

Dapat dilihat berdasarkan data tabel diatas bahwa didapatkan nilai R Square sebesar 0,370. Dari nilai pengujian tersebut dapat diketahui bahwa variabel independen yang terdiri transfer pricing, leverage, pajak tangguhan, dan beban iklan yang diikuti sertakan ukuran perusahaan selaku variabel kontrol ke dalamnya, hanya berkontribusi atau berpengaruh sebesar 0,370 (37%) terhadap variabel dependen yaitu *tax planning*. Sementara itu, nilai sisa yaitu sebesar 63% dijelaskan atau dikontribusi oleh variabel lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **a. Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap *Tax Planning***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax planning*. Hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini, rata-rata perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki nilai total piutang pihak ketiga yang nilainya lebih tinggi dari piutang pihak berelasi, yang mana nilai piutang pihak berelasi rata-ratanya berada dibawah 40% secara keseluruhan sampel. Hanya beberapa perusahaan saja yang memiliki nilai total piutang pihak berelasi yang tinggi dengan nilai >60% terhadap total piutang. Hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih memilih memberikan piutang kepada pihak ketiga dengan pertimbangan yang matang daripada kepada perusahaan lain yang memiliki hubungan istimewa. Selain itu, piutang bukan usaha pada perusahaan-perusahaan tersebut berasal dari transaksi penggunaan jasa atau sewa tertentu. Mereka juga melakukan transaksi yang signifikan dengan pihak ketiga untuk memperluas mitra bisnis dan jaringan distribusi perusahaan, dengan jumlah mitra bisnis pihak ketiga lebih banyak daripada pihak berelasi.

Perusahaan-perusahaan dalam penelitian ini cenderung melakukan penjualan kepada pihak ketiga atau pasar umum seperti seperti toko-toko, kios-kios, dan pasar modern seperti supermarket, mini market, dan hypermarket. Penjualan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan fokus pada ekspansi mitra bisnis di pasar yang lebih luas. Dengan menjual kepada pihak ketiga, perusahaan dapat memperoleh pendapatan lebih cepat dan memperluas jaringan distribusi seperti pemasaran dari rata-rata perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki nilai piutang pihak berelasinya lebih besar dibandingkan pihak ketiga karena adanya perjanjian bahwa perusahaan pihak berelasi itu merupakan distributor resmi yang ditunjuk perusahaan dengan kebijakan bahwa setiap transaksi tertentu dengan pihak berelasi yang dilakukan dengan harga dan persyaratan yang wajar sebagaimana dilakukan dengan pihak ketiga atau persyaratan perjanjian. Sedangkan untuk piutang pihak ketiga, perusahaan tersebut memiliki strategi untuk memperluas distribusi penjualan perusahaan karena rata-rata perusahaan memiliki pihak ketiga yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan pihak berelasi. Perusahaan-perusahaan dalam penelitian memiliki strategi yang berorientasi pada pertumbuhan dan ekspansi pasar. Mereka ingin memperluas mitra bisnis mereka agar area distribusi perusahaan bisa lebih luas. Dengan meningkatkan jumlah pihak ketiga yang menjadi mitra bisnis mereka, perusahaan dapat meningkatkan potensi penjualan dan meningkatkan piutang dari pihak ketiga.

### **b. Pengaruh Leverage terhadap *Tax Planning***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax planning*. Hal tersebut dikarenakan Mayoritas perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki nilai hutang yang lebih rendah 50% total aset yang dimiliki oleh perusahaan itu. Selain itu, perusahaan-perusahaan pada penelitian ini rata-rata memiliki struktur permodalan dengan nilai total ekuitas yang lebih besar daripada pinjaman atau hutang yang dimilikinya. Hal itu menandakan juga bahwa pihak perusahaan lebih mengandalkan ekuitas dan aset yang dimilikinya untuk melakukan pertumbuhan pada bisnisnya. Selain itu, beban bunga yang dihasilkan berada pada tahap normal, wajar, dan masih mampu diterima perusahaan dengan kemungkinan kemampuan perusahaan membayar kembali yang tinggi. Hal ini disebabkan pula oleh jumlah kas dan setara kas yang dimiliki oleh rata-rata perusahaan melebihi nilai hutang yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan mampu menanggung pembayaran hutang perusahaan.

Ukuran leverage tidak selalu berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak dengan mengambil pinjaman dan memanfaatkan jumlah beban bunganya, meskipun perusahaan besar lebih cenderung memiliki aset dan ekuitas yang besar untuk digunakan dibandingkan melalui pinjaman atau hutang. Selain itu rata-rata nilai rasio dari hutang terhadap aset dari perusahaan sampel berada pada nilai yang normal yaitu kisaran 0,46 yang mana berada diantara 0,3 dan 0,6 dengan anggapan bahwa nilai tersebut wajar pada industri tersebut. Berdasarkan informasi yang didapatkan, rata-rata perusahaan mengambil pinjaman untuk melakukan investasi untuk memperoleh aset tetap yang dapat digunakan dalam jangka panjang seperti bangunan dan tanah.

### **c. Pengaruh Pajak Tangguhan terhadap *Tax Planning***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak tangguhan berpengaruh signifikan positif terhadap *tax planning*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam sub sektor ini lebih memungkinkan memanfaatkan pajak tangguhan sebagai strategi dalam perencanaan pajak mereka untuk menghindari pajak yang lebih tinggi. Perusahaan sampel pada penelitian ini rata-rata memiliki akun liabilitas pajak tangguhan yang tinggi daripada nilai aset pajak tangguhannya dan rata-rata menghasilkan beban pajak tangguhan. Hal ini karena rata-rata perusahaan pada penelitian memiliki nilai liabilitas imbalan kerja jangka panjang, akumulasi penyusutan aset tetap, dan rugi fiskal pada beda temporer antara laporan keuangan komersial dan fiskal dengan kontribusi yang paling tinggi terhadap pajak tangguhan perusahaan. Maka hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kewajiban pajak di masa depan yang lebih besar daripada manfaat pajak yang dapat diterima. Perusahaan lebih mempertimbangkan strategi penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak tangguhan di masa depan, yang mana hal tersebut mampu mempengaruhi nilai besar kecilnya beban pajak perusahaan dan tentunya mempengaruhi nilai laba bersih perusahaan.

#### **d. Pengaruh Beban Iklan terhadap *Tax Planning***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap tax planing. Hal ini dikarenakan jumlah intensitas beban iklan terhadap penjualan perusahaan yang rata-ratanya hanya sebesar 3,98% pada perusahaan sub sektor yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Nilai tersebut merupakan nilai cenderung rendah untuk ukuran perusahaan yang besar pada periode tahun 2016-2020. Dalam hal ini, artinya beban iklan tidak menjadi faktor yang signifikan terkait dengan keputusan perusahaan untuk memanfaatkannya dalam melakukan perencanaan dan penghindaran pajak. Beban iklan pada perusahaan-perusahaan penelitian ini tidak memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan mengalokasikan sumber daya dan anggaran untuk upaya pemasaran, promosi, dan membangun kesadaran merek (brand awareness). Alasan lainnya adalah rata-rata perusahaan sampel pada penelitian ini memiliki strategi pemasaran yang berfokus pada memperluas area distribusi produk perusahaan hingga pada daerah-daerah kecil atau terpencil. Hal itu dimaksudkan agar perusahaan mampu semakin meningkatkan nilai penjualan Perusahaan yang mana perusahaan-perusahaan tersebut ada yang memilih distributor resmi atau menjual kepada pihak ketiga yang terdiri toko-toko dan kios-kios, penjualan tidak lgsng kepada agen/distributor, kepada pasar modern seperti super,mini, hyper market.

Selain itu, strategi pemasaran lainnya yang dilakukan perusahaan dibandingkan menggunakan iklan sebagai media utama adalah mengadakan kegiatan seperti pada event-event besar dan kegiatan kemasyarakatan yang melibatkan masyarakat banyak secara langsung sehingga pengenalan dan pemasaran produk dapat dilakukan secara langsung. Ada juga yang pemanfaatan jaringan distribusi perusahaan yang sudah luas dan sudah dibangun sejak lama pada sebelum IPO perusahaan sehingga perusahaan tersebut tidak mengeluarkan lebih banyak anggaran untuk iklan. Kemudian juga perusahaan bergabung dengan situs e-commerce untuk meningkatkan distribusi pasar secara online mengingat kebiasaan konsumen yang sudah beralih ke era digital.

## **V. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari *transfer pricing*, leverage, pajak tangguhan, dan beban iklan terhadap *tax planning* pada perusahaan yang dipilih yaitu perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2020. Dari pemilihan sampel dengan teknik *purposive* sampling, dihasilkan 55 sampel yang digunakan di penelitian ini. Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan dan diolah kemudian dilakukan pengujian dengan program SPSS 25 serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda, maka disimpulkan bahwa yaitu :

- *Transfer pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax planning* karena nilai total piutang dan penjualan pada perusahaan sampel penelitian ini dikontribusi oleh pihak ketiga atau umum dan bukan pihak berelasi. Hal ini juga didukung oleh hasil dari t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikannya lebih besar dari kriteria.

- Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax planning* karena perusahaan pada penelitian ini memiliki nilai total ekuitas dan aset yang lebih besar dibandingkan total pinjamannya yang secara utama dilakukan untuk berinvestasi bukan sebagai dana pertumbuhan bisnis. Hal ini juga didukung oleh hasil dari t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikannya lebih besar dari kriteria.
- Pajak tangguhan berpengaruh signifikan positif terhadap *tax planning* karena perusahaan pada penelitian ini memiliki nilai total pajak tangguhan yang cukup mempengaruhi laba perusahaan setelah pajak, dengan nilai liabilitas pajak tangguhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai aset pajak tangguhannya. Hal ini juga didukung oleh nilai koefisien regresinya yang bernilai positif pada pengujian uji regresi linier berganda dan hasil dari t-hitung yang lebih besar dari t-tabel.
- Beban iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax planning* karena perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini memiliki beban iklan yang sangat rendah dengan intensitas 3,98% terhadap total penjualan perusahaan. Hal ini juga didukung oleh hasil dari t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikannya lebih besar dari kriteria.

## Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka saran untuk penelitian selanjutnya yaitu :

- Berdasarkan pengujian koefisien determinasi, ditemukan bahwa variabel independen yang terdiri dari transfer pricing, leverage, pajak tangguhan, dan beban iklan, yang semuanya diikutsertakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol, hanya memberikan kontribusi sebesar 0,370 atau 37% terhadap variabel dependen yaitu perencanaan pajak. Selebihnya, sebesar 73%, dijelaskan atau dikontribusikan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga, disarankan bagi peneliti-peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain yang ada di luar penelitian ini dan diperkirakan berpengaruh.
- Kemudian untuk peneliti selanjutnya juga diharapkan menggunakan populasi dan sampel pada sektor yang lebih luas atau pada industri lain sehingga pengujian dan pengukuran tindakan *tax planning* yang dilakukan oleh perusahaan bisa lebih terlihat. Serta periode waktu yang lebih panjang atau lebih dari 5 tahun.
- Untuk perusahaan disarankan untuk lebih memantau tarif pajak dan kinerja manajemen secara ketat agar tidak melakukan tindakan yang melanggar aturan perpajakan. Selain itu, perusahaan juga harus menekan beban pajak dengan cara yang sesuai dengan peraturan perpajakan agar tidak mendapatkan pandangan negatif dari investor karena memiliki beban pajak yang terlalu rendah dibandingkan tarif pajak yang seharusnya. Karena pada penelitian terdapat beberapa perusahaan yang memiliki nilai ETR nya lebih rendah dibandingkan tarif yang berlaku saat itu. Sehingga permasalahan yang bisa merugikan perusahaan dan negara dapat terhindari nantinya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Rinaldi, M., & William, W. (2022). Pengaruh Pajak Tangguhan, Transfer Pricing Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sub Sektor Real Estate Dan Properti Yang .... *Senashtek ...*, 644–657.  
<https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek>
- Dharma, I. M. S., & Ardiana, P. A. (2016). Pengaruh Leverage, Intensitas Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, dan Koneksi Politik terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(1), 584–613.
- Ilyas, Wirawan B dan Rudy Suhartono. 2010. Panduan Komprehensif dan Praktis Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Jakarta: Salemba Empat.
- Jensen, M., & Meckling, W. (2012). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition*, 283–303.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Kasir. (2020). Pengaruh Pajak Tangguhan dan Leverage Terhadap Perencanaan Pajak Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Kompas 100. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* , 6(1), 1–8.
- Kasmir. (2010). Analisis Laporan Keuangan . Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. 2017. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers
- Kurniawan, M. A., Hariadi, K. E., Sulistyaningrum, W. O., & Kristanto, A. B. (2021). Pandemi COVID-19 dan Prediksi Kebangkrutan: Apakah Kondisi Keuangan Sebelum 2020 Berperan? Kerinea Estetika Hariadi 2 Widya Oktarina Sulistyaningrum 3. *Jurnal Akuntansi*, 13(1), 12–22. <http://journal.maranatha.edu>
- Lutfia, A., & Pratomo, D. (2018). The Influence of Transfer Pricing, Kepemilikan Institusional, and Independent Commissioner to Tax Avoidance (Case Study on Manufacturing Company Listed In Indonesian Stock Exchange on 2012- 2016). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2386–2394.
- Merks, Paulus. 2007. “Categorizing International Tax Planning. Fundamentals of International Tax Planning”. IBFD. 66-69.
- Nguyen, A. (2015). Product Market Advertising and Corporate Tax Aggressiveness. *Department Of Banking and Finance, January*, 1–64.
- Panjalusman, P. A., Nugraha, E., & Setiawan, A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 6(2), 105.  
<https://doi.org/10.17509/jpak.v6i2.15916>
- Prapitasari, A., & Safrida, L. (2019). THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, FIRM SIZE, POLITICAL CONNECTION AND FIXED ASSET INTENSITY ON TAX AVOIDANCE (EMPIRICAL STUDY ON MINING COMPANIES LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE 2015-2017). *ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 3(2), 247–258. <https://doi.org/10.35310/accruals.v3i2.56>

- Puspita, E. D., Sari, & Marsono, S. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2018. *Aktual: Journal of Accounting And Financial*, 5(1), 45–52. [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com).
- Resmi, Si. (2017). *Perpajakan : Teori dan Kasus Jil.1 / Siti Resmi* (10th ed.). Salemba Empat. <https://penerbitsalemba.com/buku/03-0136-perpajakan-teori-dan-kasus-10-1>
- Rifai, A., & Suci Atiningsih. (2019). PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, CAPITAL INTENSITY, MANAJEMEN LABA TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *Journal of Economics and Banking Volume*, 1(2). [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- Rista Diantari, P., & Agung Ulupui, I. (2016). *PENGARUH KOMITE AUDIT, PROPORSI KOMISARIS INDEPENDEN, DAN PROPORSI KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP TAX AVOIDANCE* (Vol. 16).
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan Pajak* (6th ed.). Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Pajak*. Edisi 6. Penerbit : Salemba Empat.
- Tentang, U.-U. R. I. N. 28 T. 2007, & Perpajakan, P. K. A. U.-U. N. 6 T. 1983 T. K. U. D. T. C. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan. In *Pravoslavie.Ru* (Vol. 2000).
- Timuriana, T., Rezwan, D., & Muhamad, R. (2015). ) Describe the effect of deferred tax expense on earnings management in manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 1(2).
- Wahyuni, L., Fahada, R., & Atmaja, B. (2019). The Effect of Business Strategy, Leverage, Profitability and Sales Growth on Tax Avoidance. *Indonesian Management and Accounting Research*, 16(2), 66–80. <https://doi.org/10.25105/imar.v16i2.4686>
- Waluyo. 2008. *Perpajakan Indonesia*, Buku i, Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Widiyantoro, C. S., & Sitorus, R. R. (2019). Pengaruh Transfer Pricing Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, 4(2), 01–10. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP%0APENGARUH>
- Yemima Christa Agadima, F. M. H. (2022). PENGARUH PAJAK TANGGUHAN DAN RATIO HUTANG TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA INDEKS MNC36 TAHUN 2018-2020. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 9(Vol. 9 No. 1 (2022): JMBI UNSRAT Volume 9 Nomor 1), 367–378. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.40903>
- Zain, Mohammad. 2007. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat

*Analisis Pengaruh Transfer Pricing, Leverage, Pajak Tangguhan, Dan Beban Iklan Terhadap Tax Planning Di Indonesia Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)*