

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini untuk menguji dan mengkaji secara analisis pengaruh *transfer pricing* dan intensitas promosi terhadap *tax avoidance*. Sampel untuk studi ini dilakukan terhadap perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 hingga 2024. Sampel yang terkumpul sebanyak 44 perusahaan dengan total 155 observasi penelitian. Kesimpulan dari hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Transfer pricing* berpengaruh negative signifikan terhadap *tax avoidance* pada pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR) dan *Book-Tax Difference* (BTD) serta tidak berpengaruh signifikan pada pengukuran *Cash Effective Tax Rate* (CETR), sehingga dari ketiga pengukuran tersebut dapat diambil kesimpulan hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini ditolak. Hasil tersebut disebabkan karena adanya regulasi yang ketat dari pemerintah terkait aktivitas harga transfer dengan prinsip nilai wajar. Selanjutnya, perusahaan juga melakukan aktivitas *transfer pricing* bukan untuk menekan beban pajak tetapi hanya untuk kegiatan operasional antar grup entitas bisnis. Dengan demikian, adanya regulasi yang ketat, perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* dan hanya untuk keperluan bisnis antar entitas afiliasi.
2. Intensitas promosi berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance* hanya pada pengukuran *Cash Effective Tax Rate* (CETR) sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil tersebut mengimplikasikan bahwa semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan, semakin rendah porsi pajak kas yang dibayarkan terhadap laba sebelum pajak. Dengan demikian, biaya promosi pada beberapa perusahaan ternyata dapat dimanfaatkan sebagai instrumen untuk mengelola arus kas perpajakan secara strategis, sehingga menurunkan CETR sebagai indikator penghindaran pajak berbasis kas. Namun pada dua pengukuran lainnya (ETR dan BTD) menjelaskan bahwa intensitas promosi

tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*, sehingga hipotesis kedua (H2) pada pengukuran tersebut ditolak. Hasil tersebut menandakan bahwa besarnya pengeluaran promosi tidak berdampak pada perubahan beban pajak efektif perusahaan pada pengukuran ETR. Sedangkan melalui pengukuran BTD, intensitas promosi tidak terbukti memengaruhi perbedaan antara laba entitas dan laba kena pajak, sehingga tidak dapat dikategorikan sebagai faktor yang mendorong praktik *tax avoidance* melalui perbedaan temporer maupun permanen. Dengan demikian, perusahaan melakukan promosi semata-mata hanya ingin meningkatkan reputasi yang baik di mata masyarakat.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pengambilan data *tax avoidance* dengan pengukuran *Cash Effective Tax Rate* dimana peneliti mengambil data kas yang dibayarkan untuk pajak dari laporan arus kas seharusnya terkait dengan pembayaran pajak penghasilan badan, tetapi pada laporan arus kas tidak terdapat rincian mengenai pembayaran pajak apa saja yang dibayarkan oleh perusahaan.
2. Pengambilan data *tax avoidance* dengan pengukuran *Book-Tax Difference* dimana peneliti mengambil data laba sebelum pajak dan laba kena pajak perusahaan induk tetapi total aset yang digunakan adalah total aset konsolidasi karena total aset perusahaan induk tidak tersedia dalam laporan keuangan. Hal tersebut dapat memengaruhi akurasi dalam hubungan antar variabel.

5.3 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait setelah penelitian ini dilakukan ialah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas cakupan variabel yang berpotensi memengaruhi *tax avoidance* guna memperoleh gambaran yang komprehensif dengan melihat fenomena dan kondisi yang ada. Selain itu, peneliti dapat menambahkan variabel moderasi seperti *tax heaven*, kepemilikan

institusional, *corporate governance*, kualitas audit atau lainnya yang dapat memperluas wawasan yang mendalam.

2. Bagi pemerintah, diharapkan terus mengevaluasi dan memperkuat regulasi yang berlaku. Selain itu, pemerintah perlu meningkatkan transparansi dan integrasi data perpajakan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mendeteksi pola penghindaran pajak secara lebih cepat dan akurat. Pemerintah juga dapat memperluas program sosialisasi mengenai kepatuhan pajak agar perusahaan semakin memahami konsekuensi dan risiko penghindaran pajak.
3. Bagi perusahaan, disarankan agar melakukan pengambilan langkah yang tepat terkait dengan strategi penghindaran pajak yang legal tanpa melanggar aturan yang berlaku. Perusahaan dapat memanfaatkan berbagai insentif pajak yang disediakan pemerintah tanpa melakukan praktik yang melanggar prinsip kewajaran (*arm's length principle*). Pendekatan ini juga membantu perusahaan menjaga reputasi dan meningkatkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.