

PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DAN BONUS PLAN TERHADAP TRANSFER PRICING

Annisa Aprilia Putri
annisaaprilias26@gmail.com
Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of tax, tunneling incentives, and bonus plans on transfer pricing. While the tax was measured by the Effective Tax Rate, the tunneling incentive was measured by a ratio of the number of foreign shareholdings to the number of outstanding shares, and the bonus plan was measured by the value of net profit in the year (t) to net profit in the year (t-1). The research was quantitative. Moreover, the population was manufacturing companies that were listed on the Indonesia Stock Exchange. The data collection technique used a purposive sampling method, in which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 27 manufacturing companies as the sample with 3 years of observations. Furthermore, the data were secondary, in form of financial statements which were taken from The Indonesia Stock Exchange. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26. The result concluded that the tax had a positive effect on transfer pricing. On the other hand, the tunneling incentive had a negative effect on transfer pricing. In contrast, the bonus plan did not affect the transfer pricing.

Keywords: tax, tunneling incentive, bonus plan, transfer pricing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* terhadap *transfer pricing*. Pajak diukur dengan *Effective Tax Rate*, *tunneling incentive* diukur menggunakan perbandingan jumlah kepemilikan saham asing dengan jumlah saham beredar, *bonus plan* diukur dengan nilai laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan diperoleh menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari Bursa Efek Indonesia yaitu Laporan Keuangan. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan 27 perusahaan manufaktur dengan periode 3 tahun yaitu tahun 2019-2021, sehingga diperoleh 81 data untuk diolah. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* dan *bonus plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kata Kunci: pajak, tunneling incentive, bonus plan, dan transfer pricing

PENDAHULUAN

Globalisasi yang akhir-akhir ini terjadi membawa perubahan yang besar bagi setiap aspek kehidupan, khususnya aspek perekonomian dunia yang berkembang dan mengalami peningkatan yang terjadi setiap tahunnya. Dengan adanya perkembangan tersebut memaksa perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing dalam industri ekonomi dan bisnis. Perkembangan yang terjadi memberikan kebebasan bagi setiap perusahaan untuk memperluas lingkup kegiatan usaha yang dilakukan ke berbagai penjuru dunia terutama perusahaan yang bertaraf multinasional.

Semakin pesatnya perekonomian di Indonesia membuat banyak perusahaan multinasional melakukan rekayasa harga transfer, terutama oleh Wajib Pajak dalam investasi di cabang-cabang perusahaan asing, dimana perusahaan-perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur yang memiliki hubungan istimewa dengan induk perusahaan atau afiliasi mereka di luar negeri (Ayshinta *et al.*, 2019). Pengaruh globalisasi yang terjadi berdampak pada perkembangan *transfer pricing* yang dilakukan sebuah perusahaan.

Menurut Suwiknyo dalam *The 2018 Mutual Procedure (MAP) Statistic*, OECD menyatakan jumlah kasus terjadinya *transfer pricing* pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 20% yang memperlihatkan bahwa kasus tersebut cukup tinggi daripada kasus-kasus lain yang naik dalam kisaran 10%. Di Indonesia, penyalahgunaan *transfer pricing* sering terjadi salah satunya pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia, PT Bentoel Internasional Investama Tbk dan PT Nestle Indonesia. Kasus yang telah disebutkan merujuk pada Peraturan Perundang-Undangan Pasal 18 ayat (4) UU No. 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan yang menjelaskan bahwa akibat dari adanya transaksi hubungan istimewa dapat menyebabkan terjadinya pengalihan dasar pengenaan pajak, pengalihan penghasilan, atau untuk merekayasa besarnya biaya oleh wajib pajak.

Transfer Pricing merupakan harga yang dibebankan kepada satuan usaha individual dalam suatu perseroan multisatuan usaha atas transaksi di antara kedua belah pihak (Husna, 2020). Namun, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya sehingga membuat beberapa negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak (Ratsianingrum *et al.*, 2020). Pajak sendiri merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang memberikan kontribusi besar dalam pembangunan perekonomian negara yang bersifat wajib dan memaksa. Perusahaan cenderung melakukan pengalihan kewajiban beban pajaknya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah, sedangkan jika dilihat dari sisi bisnis, perusahaan cenderung meminimalkan biaya-biaya salah satunya adalah biaya pembayaran pajak perusahaan. Dengan adanya *transfer pricing* berdampak pada penerimaan pajak di Indonesia yang dapat menurunkan atau menghilangkan pendapatan pajak yang seharusnya diterima.

Selain pajak, *tunneling incentive* juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya *transfer pricing*. *Tunneling Incentive* sendiri merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan mentransfer asset dan laba demi keuntungan pemegang saham mayoritas dan laba demi keuntungan mereka sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas yang ikut menanggung biaya yang muncul (Syahanum, 2021). *Tunneling* terjadi dengan melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan dengan pemegang saham mayoritas yang dilakukan dengan menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memiliki kualifikasi (La Porta *et al.*, 2000).

Faktor lain yang mempengaruhi terjadinya *transfer pricing* di perusahaan adalah *bonus plan* atau yang sering disebut mekanisme bonus. *Bonus plan* sendiri merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi dengan tujuan memberikan penghargaan berupa kompensasi kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan (Nugraha, 2016). Adanya *bonus plan* menyebabkan karyawan melakukan manipulasi laba bersih dengan tujuan untuk memaksimalkan bonus yang diterima. Hal tersebut sesuai dengan *bonus plan hypothesis* yang menjelaskan bahwa manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan melakukan praktik *transfer pricing*.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Agensi (*Agency Theory*) adalah teori yang menjelaskan mengenai sebuah hubungan yang terjadi antara pihak *principal* dan *agent*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) *agency theory* merupakan ikatan atau kontrak yang melibatkan agen dan principal, di mana principal memberi pekerjaan sekaligus tugas untuk agen guna kepentingan principal itu sendiri termasuk mendelegasikan otorisasi pengambilan keputusan dari principal untuk agen.

Menurut Sutedi (2012) dalam sebuah perusahaan, principal diibaratkan sebagai pemegang saham dan agen sebagai manajemen. Pemisahan pengelolaan kepemilikan perusahaan dilakukan dengan tujuan agar pemegang saham mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin. Namun, hal tersebut dapat menyebabkan timbulnya *asimetry information* yang terjadi antara pemegang saham dan agen karena agen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan principal atau pemegang saham (Husna, 2020).

Akibat dari kondisi tersebut, maka pemegang saham mayoritas akan lebih mudah untuk menjalankan praktik *transfer pricing* dengan cara melalui penjualan asset, pemberian pinjaman, kontrak harga transfer yang berlebihan serta penerbitan saham dilutive yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham minoritas (Clarasati, 2019).

Transfer Pricing

Transfer Pricing merupakan suatu kebijakan dalam perusahaan yang bertujuan untuk meringankan atau menekan beban pajaknya dengan cara menetapkan suatu harga transfer atas transaksi barang, jasa, asset tidak berwujud dan transaksi keuangan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa yang masih dalam taraf satu perusahaan atau anak perusahaan.

Menurut Salman dan Farid (2016) tujuan penetapan harga transfer adalah memberikan motivasi kepada manajer untuk bertindak sesuai dengan kepentingan seluruh perusahaan. Dampak negatif yang akan muncul dari penetapan tersebut adalah pada saat manajer divisi bertindak tidak sesuai dengan kepentingan perusahaan atau hanya untuk kepentingan terbaik divisinya sendiri.

Menurut PSAK 7 Tentang Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi, *Transfer Pricing* dapat terjadi pada perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan syarat bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional.

Peluang entitas bisnis dalam memanfaatkan selisih tarif timbul karena adanya tarif pajak yang berbeda antar negara, dengan cara melakukan pergerseran biaya atau pendapatan dengan tujuan untuk menghemat beban pajak yang ditanggung. Praktik *transfer pricing* biasanya terjadi dalam negara yang tidak memungut pajak ataupun yang memungut pajak relatif rendah dari negara Indonesia dan biasanya terjadi antara wajib pajak dalam negeri dengan luar negeri.

Pajak

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007, pajak merupakan kontribusi wajib pajak yang dibayarkan 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. Sedangkan dalam Undang-Undang KUP No. 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa: Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan dampaknya (imbalan) secara langsung dan dana tersebut digunakan untuk kepentingan negara guna untuk kemakmuran masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi dari rakyat selaku wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa sesuai dengan peraturan yang berlaku dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung namun imbalan tersebut akan diberikan sebagai manfaat atau kepentingan bersama untuk kesejahteraan masyarakat. Pajak sendiri merupakan aspek yang terpenting dalam pelaksanaan pembangunan negara karena termasuk dalam sumber pendapatan negara.

Pada Pasal 18 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, diatur pula secara umum peraturan tentang *Transfer Pricing* tepatnya pada ayat (3) yang menyebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*). Menurut Husna (2020) praktik-praktik dan pelaksanaan pemeriksaan *transfer pricing* akan terus mengalami perkembangan seiring berkembangnya teknologi informasi serta bertambahnya variasi transaksi yang melibatkan yuridiksi perpajakan yang berbeda.

Tunneling Incentive

Tunneling Incentive merupakan insentif yang diperoleh dari pengalihan aset dan laba perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas, tapi bebannya juga ikut ditanggung oleh pemegang saham minoritas (Husna, 2020). Timbulnya *tunneling incentive* dipicu oleh adanya perbedaan kepentingan dan tujuan dari pihak pemegang saham mayoritas dengan pihak pemegang saham minoritas. Kepemilikan saham yang lebih banyak dimiliki pada salah satu pihak akan memberikan dampak buruk karena adanya kemampuan untuk mengendalikan kegiatan operasional perusahaan dibawah kendalinya.

Dalam *transfer pricing*, praktik adanya *tunneling incentive* diketahui melalui peristiwa dimana anak perusahaan akan menjual persediannya ke pihak induk perusahaan dengan harga yang lebih murah dibawah harga pasar. Akibatnya dapat berpengaruh terhadap pendapatan yang akan diperoleh anak perusahaan, dan akan mengakibatkan laba perusahaan relatif lebih kecil dari yang seharusnya didapatkan. Menurut Johnson *et al.*, *tunneling incentive* dibagi menjadi dua yaitu: 1) Pemegang saham pengendali dapat memindahkan sumber daya dari perusahaan untuk kepentingannya melalui transaksi *self-dealing*, 2) Pemegang saham pengendali dapat meningkatkan kepemilikan pada perusahaan tanpa memberikan atau *transfer asset* melalui *dilutive share issues*, *minority freeze-outs*, *insider trading* dan transaksi lain yang merugikan pemegang saham minoritas.

Tunneling Incentive diprosikan dengan persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai saham pengendali oleh perusahaan asing yang didasarkan pada PSAK No. 15 yang menyatakan bahwa pengaruh signifikan yang dimiliki oleh pemegang saham dengan persentase 20% atau lebih.

Bonus Plan

Bonus Plan atau mekanisme bonus merupakan suatu strategi perusahaan yang bertujuan untuk mengapresiasi kinerja direksi atau manajemen dengan melihat besarnya laba yang diperoleh perusahaan, karena dengan adanya praktik *transfer pricing* akan berakibat pada kemungkinan terjadinya kerugian pada salah satu divisi atau subunit dalam perusahaan tersebut.

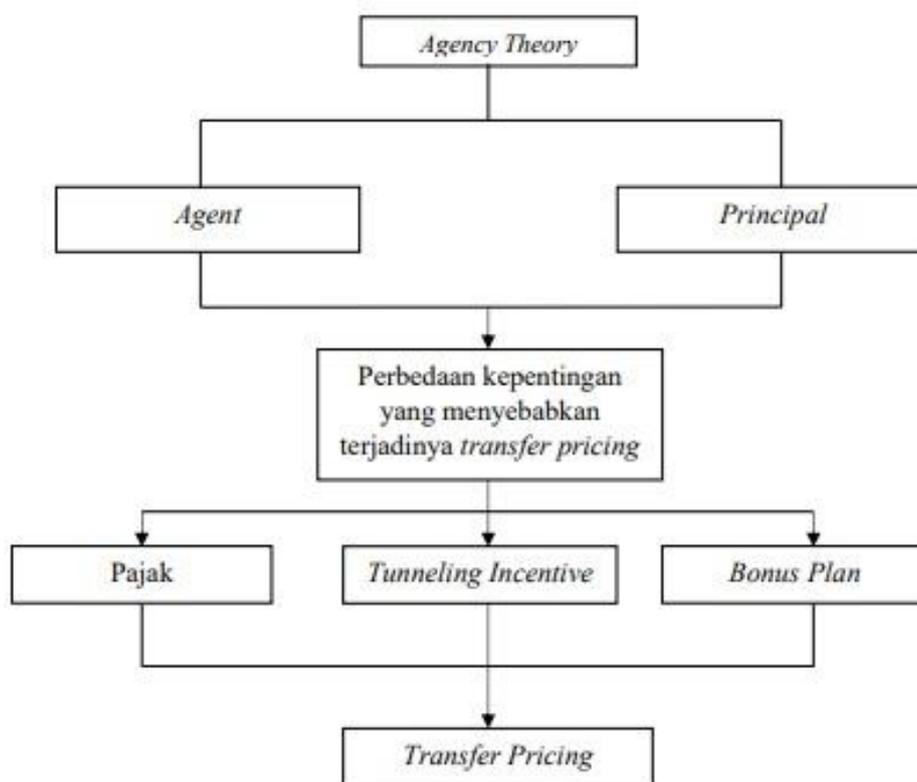
Para direksi akan berusaha meningkatkan kinerjanya dalam mengelola perusahaan agar mendapatkan bonus yang tinggi, karena para direksi memiliki kepentingan pribadi untuk mendapatkan bonus yang tinggi yang mengakibatkan manipulasi laba sering terjadi (Lukmono dan Adam, 2021). Menurut Horngren dalam Ratsianingrum *et. al.*, (2020) kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin besar citra

para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh karena itu, direksi mampu meningkatkan laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan kepada antar perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawah pasar.

Sumber pendanaan bonus ada dua yaitu laba *Strategic Business Unit* (SBU) dan sumber perusahaan secara keseluruhan yang berdasarkan total laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang didapatkan, maka semakin baik juga kinerja manajemen perusahaan tersebut yang mengakibatkan besarnya bonus yang akan diberikan manajemen perusahaan khususnya dewan direksi.

Rerangka Pemikiran

Rerangka pemikir dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Pengaruh pajak terhadap pengambilan keputusan transfer pricing disebabkan oleh tarif pajak yang relatif tinggi, yang membuat besaran pajak yang harus dibayarkan perusahaan semakin besar. Dengan ini perusahaan cenderung akan mencari cara untuk dapat meminimalkan atau mengurangi besarnya pajak yang harus dibayarkan dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Perusahaan akan melakukan transaksi dengan pihak afiliasi yang menyebabkan perusahaan rugi agar dapat menghindari pembayaran pajak, atau dapat dilakukan dengan mengalihkan keuntungan kepada pihak lain yang memiliki hubungan istimewa di negara yang menetapkan tarif pajak lebih rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratsianingrum (2020) menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Tunneling sering terjadi di dunia bisnis, tetapi sangat sulit terdeteksi oleh otoritas legal dikarenakan sistem pemerintahan yang buruk, rendahnya penegakan hukum dan tingginya kasus korupsi di Indonesia, hal tersebut menyebabkan *tunneling incentive* tidak terdeteksi (Syahhanum, 2021). Berdasarkan teori keagenan (*agency theory*), *tunneling incentive* disebabkan karena timbulnya konflik keagenan antara pemegang saham pengendali (mayoritas) dengan pemegang saham non-pengendali (minoritas). Dapat diartikan bahwa jika pemegang saham pengendali memiliki kebebasan untuk mengatur sistem pengendalian yang ada, maka dapat menyebabkan terjadinya praktik *transfer pricing* karena pemilik saham mayoritas akan dengan mudah untuk memindahkan aset atau laba yang dihasilkan untuk kepentingan pribadi. Pemilik saham pengendali dapat melakukan penjualan aset, pemberian pinjaman, dan penerbitan saham dilutif yang dapat merugikan pemegang saham non-pengendali.

Penelitian yang dilakukan oleh Clarasati (2019) mengemukakan bahwa variabel *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Bonus Plan terhadap Transfer Pricing

Para direksi dalam menjalankan tugasnya cenderung ingin memperlihatkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan atau pemegang saham, dikarenakan apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menganggap kinerja yang dihasilkan para direksi dengan penilaian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan atau imbalan atas jasa yang diberikan oleh direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik. Dalam menilai kinerja para direksi biasanya pemilik perusahaan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan.

Semakin besar laba perusahaan yang dihasilkan, maka citra para direksi dimata pemilik perusahaan juga akan semakin baik. Sehingga besar kemungkinan direksi mempunyai keinginan untuk melakukan berbagai cara untuk memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan termasuk dengan melakukan praktik *transfer pricing*. Merujuk pada penelitian Lukmono dan Adam (2021), menyatakan bahwa kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* yang bertujuan untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Berdasarkan penjelasan yang sudah dijabarkan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : *Bonus Plan* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode kausal komparatif yang digunakan untuk mengetahui adanya sebab akibat dari dua variabel atau lebih dengan melakukan penelitian mendalam mengenai penyebab masalah melalui peristiwa yang telah atau sedang terjadi. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* terhadap *transfer pricing* dengan menggunakan sumber data sekunder. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2021.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2013:122). Adapun peneliti menentukan sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1
Perhitungan Pemilihan Sampel Berdasarkan Kriteria

No	Karakteristik Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2019-2021 kecuali perusahaan yang bergerak dibidang keuangan.	176
2.	Perusahaan yang tidak menemukan laporan keuangan atau <i>annual report</i> perusahaannya pada tahun 2019-2021.	(9)
3.	Perusahaan yang memiliki kepemilikan asing dengan persentase kurang dari 20%.	(81)
4.	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2019-2021.	(59)
Perusahaan yang memenuhi kriteria sampel		27

Sumber : Data sekunder diolah, tahun 2021

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan berupa data sekunder. Menurut Sugiyono (2018:225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah data perusahaan manufaktur pada periode 2019-2021 yang terdaftar di BEI melalui www.idx.co.id.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018) Variabel penelitian merupakan konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Dalam penelitian ini, menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Penelitian ini menggunakan Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Bonus Plan* sebagai variabel independen, dan menggunakan *Transfer Pricing* sebagai variabel dependennya. Adapun definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya sebuah perubahan dan timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Bonus Plan* sebagai variabel independennya.

Pajak

Variabel Pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). ETR merupakan proksi yang sering digunakan dalam penelitian terdahulu karena bertujuan untuk mengukur besarnya beban pajak penghasilan yang ditanggung oleh perusahaan berdasarkan perolehan labanya. Menurut Husna (2020) *Effective Tax Rate* (ETR) dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Tunneling Incentive

Variabel *Tunneling Incentive* dalam penelitian ini diproksikan dengan kepemilikan saham asing yang memiliki persentase di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali. Variabel *Tunneling Incentive* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Bonus Plan

Variabel Mekanisme Bonus (*Bonus Plan*) merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan (Nugraha, 2016). Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018:39). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu *Transfer Pricing*. *Transfer Pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan yang didasarkan pada transaksi penjualan yang terjadi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Variabel ini dapat diukur menggunakan rumus:

$$RPT \text{ (related party transaction)} = \frac{\text{Total piutang pihak istimewa}}{\text{Total Piutang}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program pengolahan data statistik yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 26.

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018) Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varian, nilai rata-rata (*mean*), *range*, *skewness*, dan kurtosis. Penelitian ini akan menggunakan beberapa uji statistik deskriptif yaitu standar deviasi, minimum, maksimum, *range*, dan rata-rata (*mean*) untuk mengukur variabel *transfer pricing*, pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan*.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mendeteksi apakah model penelitian menyimpang dari asumsi klasik atau tidak, dan memperoleh persamaan yang baik juga estimasi yang handal. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Pengujian ini menggunakan rumus uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan data berdistribusi normal jika tingkat signifikansi $i > 0,05$ dan dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas, sedangkan data tidak berdistribusi normal jika tingkat signifikansi $i < 0,05$ dan dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2018:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam melakukan uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari setiap variabel untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas. Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas dan apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka model regresi dapat dinyatakan mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik scatterplot dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Jika ada titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu, yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas, (2) Jika tidak ada pola tertentu yang terlihat jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi dapat dikatakan baik apabila regresi tersebut bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan ditentukan oleh kriteria sebagai berikut: (1) Nilai D-W di bawah -2 berarti autokorelasi positif; (2) Nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; (3) Nilai D-W di atas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wardani (2018) Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, dengan persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$TP = \alpha + \beta_1TAX + \beta_2TUN + \beta_3BONUS + e$$

Keterangan:

TP	: <i>Transfer Pricing</i>
α	: Konstanta
$\beta_1-\beta_3$: Koefisien regresi
TAX	: Pajak
TUN	: <i>Tunneling Incentive</i>

BONUS : *Bonus Plan*
e : *error*

Uji Parameter Regresi

Uji Koefisien Determinasi atau (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Jika hasil menunjukkan bahwa nilai R^2 mendekati nol, maka semakin rendah tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan jika hasil menunjukkan bahwa nilai R^2 mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah model dalam penelitian ini layak untuk digunakan dan diolah. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi untuk uji F sebesar 5% atau 0,05. Kriteria yang ditetapkan yaitu apabila nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Sedangkan jika tingkat signifikan $F > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model dalam penelitian ini tidak layak untuk digunakan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan hasil uji hipotesis ini menggunakan nilai $\alpha=0,05$ atau 5% dengan ketentuannya apabila nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 diterima dan dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RPT	69	0,002	0,481	0,14790	0,139234
ETR	69	0,026	0,503	0,25717	0,080829
TUN	69	0,211	0,922	0,56280	0,179586
ITRENDLB	69	0,067	2,397	1,11797	0,551117
Valid N (listwise)	69				

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa data *outlier* yaitu data yang memiliki nilai standar yang jauh berbeda dari data yang lain, sehingga data tersebut harus dihilangkan atau dihapus. Data *outlier* dalam penelitian ini berjumlah 12 (dua belas) data. Sehingga setelah dilakukan outlier, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 69 data. Dalam analisis statistik deskriptif ditunjukkan nilai rata-rata (mean), nilai maksimum dan minimum, serta standar deviasi dari masing-masing variabel juga jumlah sampel pengamatan (N) yang digunakan.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah data yang diamati terdistribusi normal atau tidak terdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas pada tabel 3 dan gambar 2 membuktikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

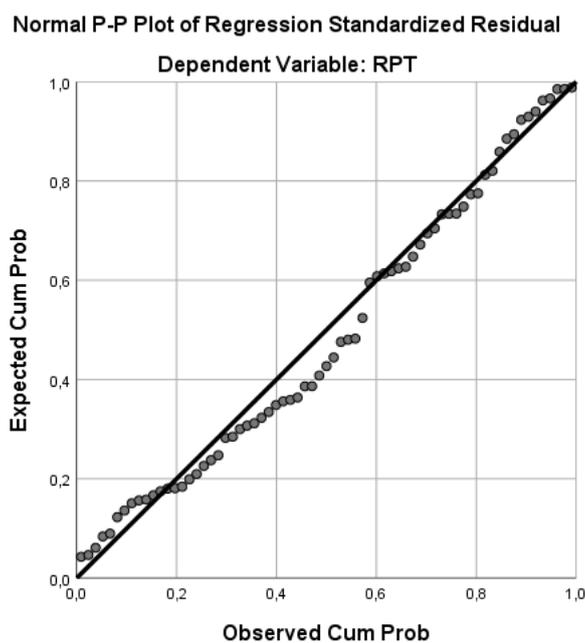
Tabel 3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,11818383
Most Extreme Differences	Absolute	0,094
	Positive	0,094
	Negative	-0,045
Test Statistic		0,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Dalam penelitian ini, untuk melakukan uji normalitas pada data yang diolah digunakan juga pendekatan grafik yang didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan.



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas
Sumber: Laporan Keuangan diolah, 2021

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas (independen). Berikut hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan dalam tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ETR	0,980	1,020
TUN	0,940	1,064
ITRENDLB	0,943	1,060

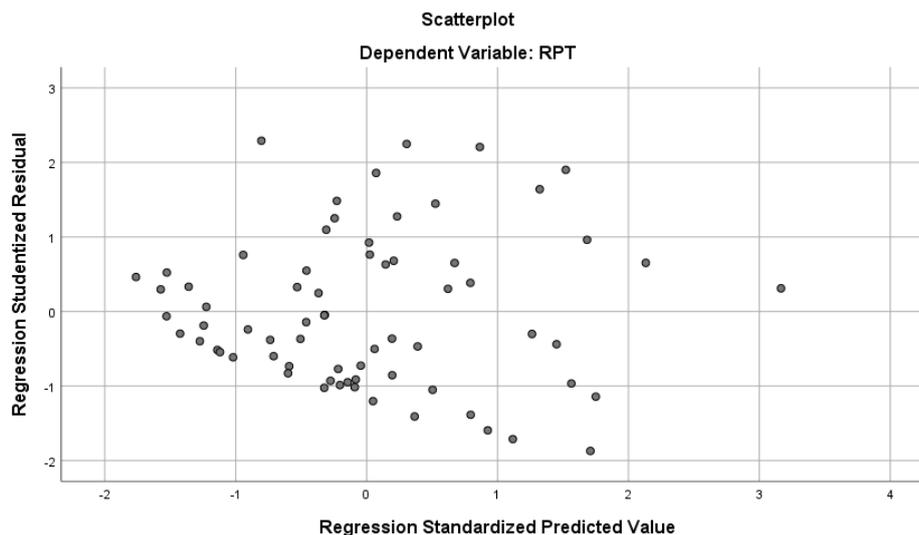
a. Dependent Variable: RPT

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang digunakan menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak memiliki indikasi adanya multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan dalam gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Berdasarkan gambar 3 diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik pada grafik scatterplot data tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu dan menunjukkan penyebaran yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi dan layak digunakan.

Uji Autokorelasi

Dalam uji autokorelasi, model regresi dapat dikatakan baik apabila regresi tersebut bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Metode yang digunakan dalam penelitian untuk melakukan uji autokorelasi adalah menggunakan metode uji durbin-watson. Berikut hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,529 ^a	0,280	0,246	0,120880	1,254

a. Predictors: (Constant), ITREN DLB, ETR, TUN

b. Dependent Variable: RPT

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan dalam tabel 5, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson pada penelitian ini sebesar 1.254 yang terletak di antara nilai -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap suatu variabel dependen Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* terhadap *transfer pricing*. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda ditunjukkan dalam tabel 6 berikut ini :

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,161	0,092		1,758	0,083
	ETR	0,579	0,222	0,278	2,610	0,011
	TUN	-0,319	0,084	-0,412	-3,790	0,000
	ITREN DLB	0,014	0,027	0,057	0,522	0,603

a. Dependent Variable: RPT

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$TP = 0,161 + 0,579ETR - 0,319TUN + 0,014ITREN DLB + e$$

Uji Parameter Regresi

Uji parameter regresi atau uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan didasarkan pada ketentuan bahwa apabila hasil menunjukkan nilai R^2 mendekati nol maka semakin rendah tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan apabila hasil mendekati satu maka semakin tinggi tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut adalah hasil uji parameter regresi yang ditunjukkan dalam tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,529 ^a	0,280	0,246		0,120880	1,254

a. Predictors: (Constant), ITRENDLB, ETR, TUN

b. Dependent Variable: RPT

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,280 yaitu bahwa 28% variabel *transfer pricing* dijelaskan oleh variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan*. Sedangkan sebesar 72% sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah model dalam penelitian ini layak digunakan dan diolah. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan ketentuan apabila nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan, namun apabila nilai signifikan $F > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang ada dalam penelitian ini tidak layak untuk digunakan. Hasil uji F ditunjukkan dalam tabel 8 berikut ini :

Tabel 8
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,368	3	0,123	8,406	,000 ^b
	Residual	0,950	65	0,015		
	Total	1,318	68			

a. Dependent Variable: RPT

b. Predictors: (Constant), ITRENDLB, ETR, TUN

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil uji kelayakan model menunjukkan nilai F hitung sebesar 8,406 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang terdapat dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* sebagai variabel independen. Sedangkan variabel dependennya adalah *transfer pricing*. Pengambilan keputusan uji ini didasarkan pada ketentuan apabila nilai signifikansi $t > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya. Hasil uji t ditunjukkan dalam tabel 9 yaitu:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B			
1 (Constant)	0,161	1,758	0,083	
ETR	0,579	2,610	0,011	Hipotesis diterima
TUN	-0,319	-3,790	0,000	Hipotesis ditolak
ITRENDLB	0,014	0,522	0,603	Hipotesis ditolak

a. Dependent Variable: RPT

Sumber : Laporan Keuangan diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 9, diketahui bahwa variabel pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,579 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ yang artinya variabel pajak (ETR) berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Variabel *tunneling incentive* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,319 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dapat diartikan bahwa *tunneling incentive* (TUN) berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Variabel *bonus plan* memiliki nilai koefisien sebesar 0,014 dengan tingkat signifikan sebesar $0,603 > 0,05$ yang dapat diartikan bahwa *bonus plan* (ITRENDLB) tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pembahasan

Pengaruh Pajak terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dari uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ sehingga penelitian ini mendukung hipotesis yang telah diajukan. Berpengaruhnya pajak terhadap keputusan praktik *transfer pricing* dapat terjadi karena perusahaan manufaktur dalam kegiatan *transfer pricing* yang dilakukannya tidak hanya dalam satu negara saja, melainkan juga dengan negara lain atau negara asing yang memiliki tarif pembayaran pajak yang relatif lebih rendah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Amarta *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai beta sebesar -0,319 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang telah diajukan. Semakin besar jumlah kepemilikan saham yang dimiliki maka akan semakin rendah indikasi terjadinya *transfer pricing*, dikarenakan banyak perusahaan cenderung melakukan transfer harga bukan dalam bentuk aset ataupun kewajiban dan hampir seluruh perusahaan menerapkan sistem Perjanjian Harga Advance yang telah diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Pasal 18 ayat 3a (2008). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ainiyah dan Fidiana (2019) yang menyatakan bahwa saat ini perusahaan multinasional sedang berusaha menstabilkan keuntungan perusahaan dari adanya transaksi *transfer pricing* tanpa menimbulkan adanya masalah dalam perusahaan.

Pengaruh Bonus Plan terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *bonus plan* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal itu ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,603 > 0,05$ sehingga penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang telah diajukan. Hal itu dikarenakan berapapun besarnya nilai kompensasi bonus yang ada tidak menjadi motivasi bagi direksi untuk melakukan praktik *transfer pricing* terlihat dari nilai laba perusahaan yang cenderung stabil serta karena pengawasan stakeholder yang baik dan dibentuknya komite audit yang dapat mendeteksi dan mencari kecurangan, kesalahan, dan celah yang bisa digunakan sebagai kesempatan oleh para manajemen perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahhanum (2020) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *bonus plan* terhadap *transfer pricing*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, (2) *Tunneling Incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, (3) *Bonus Plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Saran

Setelah dilakukannya penelitian dan mendapatkan hasil atas pengujian yang dilakukan juga berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan atas penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya mengenai praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur multinasional. Penelitian yang dilakukan menggunakan sampel perusahaan manufaktur tanpa dibedakan antar sektor yang ada dalam perusahaan manufaktur, sehingga diharapkan pada penelitian berikutnya dapat dikembangkan atau dapat memberikan inovasi dengan cara membedakan atau dapat membandingkan antar sektor industri yang ada dalam perusahaan manufaktur dikarenakan karakteristik yang ada dalam tiap-tiap sektor industri perusahaan manufaktur berbeda-beda. Nilai *R Square* yang dihasilkan dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 28% sedangkan masih terdapat 72% faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mencari atau menjelaskan faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing*. Diharapkan untuk periode dalam penelitian selanjutnya dapat diperpanjang atau dapat memfokuskan objek penelitian pada perusahaan manufaktur multinasional pada sub sektor tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, S. K., dan Fidiana. 2019. Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar, Tunneling Incentive Pada Transfer Pricing. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Amarta, S. Z., Askandar, N. S., dan Mahsuni, A. W. 2020. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2019. *E-JRA 9(6). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*.
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., dan Afriyenti, M. 2019. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *JEA*.
- Clarasati, F. N. 2019. Pengaruh Tax Planning, Tunneling Incentive, Intangible Assets, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *E-JRA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Husna, N. A. 2020. *Pengaruh Pajak, Debt Covenant, Tunneling Incentive, Exchange Rate, dan Intangible Assets Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019*. Universitas Pancasakti Tegal. Tegal.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2010. *PSAK 7: Pengungkapan Pihak-Pihak Berelasi*. IAI. Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *PSAK 15: Akuntansi Untuk Investasi Dalam Perusahaan Asosiasi*. IAI. Jakarta.
- Jensen, M. C., dan Meckling, W. H. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*3, 305-360.
- Johnson, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., dan Shleifer, A. 2000. Tunneling. *The American Economic Review*.
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., dan Vishny, R. W. 2000. Investor Production and Corporate Governance. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2): 3-27.
- Lukmono, M. R., dan Adam, H. 2021. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis 9(2)*.
- Nugraha, A. K. 2016. Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Akuntansi dan Bisnis*.
- _____. Undang-Undang Republik Indonesia No.36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- _____. Undang-Undang Republik Indonesia No.28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang No. 06 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- _____. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 06 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP).
- Ratsianingrum, E., Harimurti, F., dan Kristianto, D. 2020. Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*.
- Salman, K. R., dan Farid, M. 2016. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Indeks Jakarta. Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suwiknyo, Edi. 2019. *OECD: Kasus Transfer Pricing Meningkat*. URL: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190918/259/1149724/oecd-kasus-transfer-pricing-meningkat>. Diakses tanggal 17 Februari 2023.
- Sutedi, A. 2012. *Good Corporate Governance*. Sinar Grafika. Jakarta.

- Syahanum. 2021. Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*.
- Wardani, P. K., dan Kurnia. 2018. Pengaruh Pajak, Leverage, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.