

Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing

Sakina¹, Sugiyanto²

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang

²Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang

sakina7158@gmail.com, dosen00495@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of taxes, tunneling incentives, and bonus mechanisms on transfer pricing in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. The population in this study are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Sampling in this study was carried out by purposive sampling method, obtained a sample of 20 companies that met the criteria and observations for five years obtained 100 data. This study uses Eviews 12 as a tool in processing secondary data. The data analysis method was carried out by testing descriptive statistical analysis, classical assumptions, and hypothesis testing. The results of the study show that simultaneously Taxes, Tunneling Incentives, and Bonus Mechanisms have an effect on Transfer pricing. Taxes have no effect on Transfer Pricing. Tunneling incentive has a significant effect on Transfer Pricing. The bonus mechanism has no effect on Transfer Pricing. For manufacturing companies, the results of this research are expected to be input, especially in terms of transfer pricing decisions

Article Received:

Jun 24th, 2023

Article Revised:

Jun 30th, 2023

Article Published:

Jun 30th, 2023

Keywords:

Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Transfer Pricing.

Correspondence:

sakina7158@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan yang memenuhi kriteria dan observasi pengamatan selama lima tahun diperoleh 100 data. Penelitian ini menggunakan Eviews 12 sebagai alat dalam mengolah data sekunder. Metode analisis data dilakukan dengan pengujian analisis statistik deskriptif, asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer pricing*. Pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. *Tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Bagi perusahaan manufaktur, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan khususnya dalam hal keputusan melakukan *transfer pricing*.

Artikel Diterima:

24 Juni 2023

Artikel Revisi:

30 Juni 2023

Artikel Dipublikasi:

30 Juni 2023

Kata Kunci:

Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Transfer Pricing*.

Korespondensi:

sakina7158@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Kondisi era globalisasi membawa dampak perkembangan pada bidang ekonomi dan bisnis. Globalisasi mampu memperkecil hambatan bagi sektor perekonomian untuk berkembang tanpa adanya batas negara. Pesaing perusahaan (kompetitor) bermunculan di berbagai negara dengan beragam hasil produksi yang menarik. Untuk memperkuat basis globalnya, banyak perusahaan mendirikan anak-anak perusahaan, cabang dan perwakilan usahanya diberbagai negara dengan tujuan untuk memperkuat aliansi strategis dan memperluas pangsa pasar ekspor dan impor produk-produk mereka diberbagai negara (Apriliyana, 2020).

Perusahaan manufaktur berkembang dengan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Perusahaan manufaktur dianggap sebagai sektor industri yang paling aman karena produk-produk yang dihasilkan berdampak pada permintaan domestik yang cukup tinggi. Selain itu, perusahaan manufaktur di indonesia juga merupakan perusahaan yang banyak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan diluar negeri. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan laba serta meminimalkan beban pajaknya. Sehingga dalam pembelian barang modal bisa dilakukan oleh perusahaan yang berada di luar negeri yang membuat persaingan semakin ketat. Namun, dalam hal ini perusahaan akan meghadapi masalah terkait

perbedaan pajak yang berlaku di setiap negara yang disebabkan karena adanya hubungan istimewa dalam lingkungan bisnis yang mempunyai peranan yang sangat besar secara internasional.

Menurut Hernawan et al. (2019) dalam Suwandi (2022), menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di suatu negara wajib untuk membayar pajak kepada negara. Adanya kewajiban membayar pajak menyebabkan perusahaan menganggap bahwa membayar pajak dapat merugikan perusahaan dan berpeluang menghabiskan keuntungan perusahaan. Dengan cara ini, perusahaan berusaha membayar pajak serendah mungkin. Karena tarif pajak tiap negara berbeda-beda, maka perusahaan dengan anak perusahaan yang berada di negara lain mempengaruhi perusahaan untuk melakukan strategi yang dapat meminimalkan pembayaran pajak sehingga dapat memaksimalkan tujuan perusahaan dan keberhasilan pengembangan usaha dalam peningkatan keuntungannya. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*.

Fenomena *transfer pricing* perusahaan multinasional yang pernah terjadi seperti kasus Starbucks Inggris menggunakan beberapa strategi untuk memanipulasi laba dengan mentransfer keuntungan ke perusahaan di luar negeri. Strategi pertama adalah melakukan *offshore licencing*. Starbucks Inggris menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kekayaan intelektual atas lisensi resep, logo, dan desain. Strategi kedua yang dilakukan Starbucks berkaitan dengan pembelian kopi. Dalam kegiatan ini, Starbucks Inggris membeli biji kopi dari unit Starbucks yang berkedudukan di Swiss. Oleh karena itu, Starbucks Inggris mengeluarkan biaya pembelian untuk biji kopi tersebut. Padahal sebenarnya apa yang dilakukan Starbucks Inggris adalah strategi mereka untuk mengatur manajemen pajak perusahaan mereka (Lestari, 2021).

Pajak merupakan salah satu faktor penyebab perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di negara yang memiliki tarif pajaknya lebih rendah (Refgia, 2017).

Faktor kedua yang memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Menurut Hartati et al. (2015) dalam Nainggolan (2021), *tunneling incentive* adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

Faktor yang ketiga yang memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Bonus yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan pada laba yang diperoleh karyawan dari hasil kerja kerasnya. Hal tersebut sejalan dengan adanya kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh karyawan atau manajer dalam merekayasa atau mengatur laba bersih dengan maksud mendapatkan bonus yang akan mereka terima (Rachmat, 2019).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dicari penyelesaiannya dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

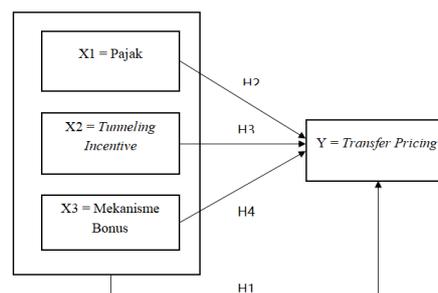
1. Apakah pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Theory)

Grand theory dalam penelitian ini adalah teori keagenan (*Agency theory*). Menurut Chalimatussa'diyah et al. (2020) dalam Konsep *agency theory* oleh Jensen & Meckling (1976) dikatakan bahwa teori agensi adalah hubungan atau kontrak yang terjadi antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajer). Peran *agent* adalah melakukan tugas yang sudah disetujui dari *principal* kepada *agent*, dalam bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* yang termasuk dalam hal pengambilan keputusan. Teori keagenan memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat membuat kontrak (perjanjian) dengan tujuan untuk meminimalkan *cost* yang disebabkan karena alasan adanya informasi yang tidak sejalan dengan tujuan perusahaan dan kondisi ketidakpastian.

Kerangka Pemikiran



Research Hypothesis

Transfer pricing adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Pajak merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hidayat et al., (2019) berpendapat bahwa ketika perusahaan memiliki pajak yang tinggi, maka tingkat kegiatan *transfer pricing* perusahaan tersebut ke anggota atau anak perusahaan yang menerapkan tarif pajak lebih rendah akan meningkat. *Tunneling incentive* merupakan transfer aset dan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan untuk beralih dalam kepentingan pemegang saham mayoritas. *Tunneling incentive* menjadi alasan suatu perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dengan tingkat kepemilikan saham yang lebih besar untuk menjadi pemegang saham pengendali didalam perusahaan. Mekanisme bonus sebagai salah satu strategi perhitungan akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba bersih perusahaan secara keseluruhan (Lori, 2020).

Rachmat (2019) menunjukkan bahwa strategi untuk meningkatkan motivasi manajemen atau direksi perusahaan yaitu dengan pemberian bonus kepada manajemen yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Pramana (2014) dalam Wulandari et al. (2021), *transfer pricing* dipandang sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan yang diharapkan. Dengan menghindari regulasi kredit dengan melakukan transaksi *transfer pricing* adalah salah satu cara perusahaan mencari keuntungan yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H1 : Diduga Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing.

Perusahaan melakukan *transfer pricing* dikarenakan adanya pembayaran pajak. Strategi yang dilakukan perusahaan dalam praktik *transfer pricing* dilaksanakan dengan cara memindahkan penghasilan ke negara dengan beban pajak terendah ataupun negara yang memiliki grup perusahaan atau divisi perusahaan yang beroperasi. Semakin tinggi tarif pajak dalam suatu negara maka akan semakin besar (Windanarti, 2021).

Refgia (2017) menyatakan semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di negara yang memiliki tarif pajaknya lebih rendah. Menurut Hidayat et al. (2019), melalui praktik *transfer pricing* perusahaan pihak berelasi dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi ke anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan hipotesis :

H2 : Diduga Pajak Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing

Berdasarkan penelitian Hartati (2015) dalam Jannah et al., (2022) menerangkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan kepada pemegang saham mayoritas daripada pembayaran dividen, hal tersebut karena perusahaan harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan mayoritas dan pemegang saham minoritas lainnya. Penelitian Suwandi (2022) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan saham pada suatu perusahaan, maka akan menimbulkan terjadinya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2014) dalam Saraswati (2017) juga menerangkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis :

H3 : Diduga Tunneling Incentive Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing.

Mekanisme bonus bertujuan agar perusahaan dapat meningkatkan kemampuan kinerja karyawannya dalam menjalankan kewajiban dan tanggungjawabnya terhadap perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan perusahaan (Wibowo & Tholok, 2019) dalam (Suwandi, 2022). Bonus yang diberikan kepada karyawan didasarkan pada laba yang diperoleh oleh perusahaan, maka manajemen melaksanakan kegiatan praktik *transfer pricing* dimana praktik ini dimaksudkan untuk mengurangi pembayaran pajak agar dapat meningkatkan laba perusahaan (Saifudin, 2018).

Pemilik perusahaan akan mempertimbangkan pencapaian laba perusahaan yang dicapai secara keseluruhan untuk melakukan penilaian atas prestasi kerja direksinya sehingga para direksi akan berusaha semaksimal mungkin menaikkan laba perusahaan secara keseluruhan dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. (Hartati et al., 2014) dalam (Hidayat et al., 2019)

H4: Diduga Mekanisme Bonus Berpengaruh Terhadap Transfer Pricing.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang data nya berbentuk angka, bersifat dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah dengan prosedur statistik. Tempat yang digunakan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang data nya diperoleh dari www.idx.co.id. Kemudian data yang diambil berupa laporan keuangan tahunan dari masing-masing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan waktu pengamatan penelitian selama 5 (lima) tahun yaitu tahun 2017 – 2021, serta data perusahaan yang diperoleh dari *website* masing-masing perusahaan tersebut. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, variabel yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. *Transfer pricing* dihitung dengan rasio nilai

transaksi pihak berelasi (*Related Party Transaction/RPT*) (Khasanah, 2017). *RPT* dapat diukur dengan cara:

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

2. Variabel Independen

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019:69). Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini ada 3 (tiga) yaitu:

A. Pajak

Variabel pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan pengukuran rasio melalui *effective tax rate (ETR)*. *Effective tax rate (ETR)* merupakan sebuah persentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Nilai *ETR* suatu perusahaan diperoleh dengan membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak yang dimiliki perusahaan (Suwandi, 2022).

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

B. Tunneling Incentive

Variabel *tunneling incentive* diproksikan dengan persentase kepemilikan saham sebesar 20% atau lebih oleh perusahaan asing (Andraeni, 2017). Sesuai dengan PSAK No. 15 yang menyebutkan apabila perusahaan memiliki modal atau menyertakan modalnya sebesar 20% atau lebih maka pemegang saham memiliki pengaruh yang signifikan pada perusahaan (Jannah et al., 2022). Pengukuran variabel ini dilakukan dengan menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut :

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar} \times 100\%}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

C. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus dapat diukur berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih tahun t-1 untuk mengetahui selisih laba bersih antar tahunnya (Antoni & Juwita, 2020). Apabila rasio menunjukkan kenaikan, maka dianggap adanya kenaikan bonus yang diterima oleh direksi atau manajer perusahaan.(Jannah et al., 2022). Perhitungan variabel ini dapat dirumuskan dengan:

$$ITRENDLB = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1} \times 100\%$$

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2008) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan dan laporan auditor independen masing-masing perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2017- 2021.

Sampel

Menurut Sugiyono (2008), berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana cara pengambilan subjek bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya kriteria tertentu, untuk itu ditetapkan beberapa sampel berdasarkan kriteria tertentu. (Arikunto, 2010 dalam Wafiroh, 2015). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
2. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut pada tahun 2017-2021.
3. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021 memiliki piutang dengan pihak berelasi.
4. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang dinyatakan dalam mata uang rupiah (Rp).
5. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2017-2021.
6. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan sahamnya 20% atau lebih selama tahun 2017-2021.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Uji Statistik Deskriptif

	Y_RPT	X1_ETR	X2_TUN	X3_JTRENDLB
Mean	0.169235	0.273972	0.637648	1.339304
Median	0.062436	0.252516	0.575152	1.021212
Maximum	0.737845	0.814617	0.925000	14.19232
Minimum	0.001123	0.025516	0.257734	0.039549
Std. Dev.	0.216949	0.112754	0.211899	1.552702
Skewness	1.445052	2.394656	-0.150160	6.203349
Kurtosis	3.805507	10.97555	1.724928	49.17783
Jarque-Bera	37.50641	360.6123	7.150006	9526.325
Probability	0.000000	0.000000	0.028015	0.000000
Sum	16.92349	27.39718	63.76479	133.9304
Sum Sq. Dev.	4.659611	1.258636	4.445204	238.6774
Observations	100	100	100	100

Berdasarkan tabel di atas hasil analisis uji statistik deskriptif menunjukkan dari setiap variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Y (*Transfer Pricing*)

Variabel Y (*Transfer Pricing*) pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa Y memiliki nilai *minimum* (terkecil) sebesar 0.001123, nilai *maximum* (terbesar) sebesar 0.737845, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.169235 dan nilai standar deviasi sebesar 0.216949. Nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.169235 yang lebih kecil daripada 0,50 menunjukkan rata rata dari 20 sampel yang diteliti 16% melakukan *transfer pricing* dan sisanya 84% tidak melakukan *transfer pricing*.

2. X1 (Pajak)

Variabel X1 (Pajak) pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa X1 memiliki nilai *minimum* (terkecil) sebesar 0.025516, nilai *maximum* (terbesar) sebesar 0.814617, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.273972 dan nilai standar deviasi sebesar 0.112754. Nilai mean sebesar 0.273972 menerangkan bahwa perusahaan dengan 20 sampel membayar pajak sebesar 27% dari laba perusahaan yang diperoleh.

3. X2 (*Tunneling Incentive*)

Variabel X2 (*Tunneling Incentive*) pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa X2 memiliki nilai *minimum* (terkecil) sebesar 0.257734, nilai *maximum* (terbesar) sebesar 0.925000, nilai *mean* (rata-rata) sebesar 0.637648 dan nilai standar deviasi sebesar 0.211899. Nilai mean sebesar 0.637648 yang lebih besar dari 0,05 menerangkan bahwa sebanyak 63% perusahaan dengan 20 sampel perusahaan melakukan pemindahan aset milik saham non pengendali demi mencapai keuntungan yang dirasakan oleh pemilik saham pengendali.

4. X3 (Mekanisme Bonus)

Variabel X3 (Mekanisme Bonus) pada periode 2017-2021 menunjukkan bahwa X2 memiliki nilai *minimum*(terkecil) sebesar 0.039549, nilai *maximum* (terbesar) sebesar 14.19232 , nilai *mean* (rata-rata) sebesar 1.339304 dan nilai standar deviasi sebesar 1.552702. Nilai mean sebesar 1.339304 mendeskripsikan bahwa adanya rentang variasi bonus yang cukup tinggi pada perusahaan sebanyak 20 sampel. Hal ini dilihat dari besarnya selisih nilai *maximum* 14.19232 dengan nilai *minimum* 0.039549.

2. Hasil Uji Model Regresi Data Panel

Penentuan Model Estimasi

Teknik yang digunakan untuk mengestimasi parameter model terbaik dengan data panel perlu dilakukan pengujian sebagai berikut:

a. Hasil Uji *Common Effect Model*

Tabel 2
Hasil Regresi Data Panel *Common Effect Model*

Dependent Variable: LOG(Y_RPT)
Method: Panel Least Squares
Date: 03/14/23 Time: 20:38
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.737664	0.649819	-7.290741	0.0000
X1_ETR	1.310146	1.427384	0.917865	0.3610
X2_TUN	2.310026	0.758775	3.044414	0.0030
X3_JTRENDLB	0.078640	0.103646	0.758733	0.4499
Root MSE	1.567334	R-squared		0.101375
Mean dependent var	-2.800415	Adjusted R-squared		0.073293
S.D. dependent var	1.661709	S.E. of regression		1.599654
Akaike info criterion	3.816630	Sum squared resid		245.6537
Schwarz criterion	3.920837	Log likelihood		-186.8315
Hannan-Quinn criter.	3.858804	F-statistic		3.609962
Durbin-Watson stat	0.151896	Prob(F-statistic)		0.016076

Sumber: Data sekunder diolah dengan Eviews 12

Berdasarkan hasil regresi *Common Effect Model* (CEM) pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa terdapat nilai Konstanta sebesar -4,737664 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted(R)² sebesar 0,073293 atau 7%. Ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sementara sisanya sebesar 93% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

b. Fixed Effect Model

Tabel 3
Hasil Regresi Data Panel *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: LOG(Y_RPT)
Method: Panel Least Squares
Date: 03/14/23 Time: 20:39
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.760511	0.667978	-7.126748	0.0000
X1_ETR	1.385966	1.523092	0.909969	0.3652
X2_TUN	2.306503	0.772813	2.984556	0.0036
X3_ITRENDLB	0.081865	0.112456	0.727978	0.4685

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)			
Root MSE	1.562662	R-squared	0.106725
Mean dependent var	-2.800415	Adjusted R-squared	0.038758
S.D. dependent var	1.661709	S.E. of regression	1.629188
Akaike info criterion	3.890659	Sum squared resid	244.1914
Schwarz criterion	4.099073	Log likelihood	-186.5330
Hannan-Quinn criter.	3.975008	F-statistic	1.570249
Durbin-Watson stat	0.145146	Prob(F-statistic)	0.154133

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan hasil regresi *Fixed Effect Model* (FEM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar -4,760511 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted (R)² sebesar 0,038758 atau 3%. Ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sementara sisanya sebesar 97% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

c. Random Effect Model

Tabel 4
Hasil Regresi Data Panel *Random Effect Model*

Dependent Variable: LOG(Y_RPT)
Method: Panel EGLS (Period random effects)
Date: 03/14/23 Time: 20:40
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 100
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.737664	0.661817	-7.158574	0.0000
X1_ETR	1.310146	1.453737	0.901226	0.3697
X2_TUN	2.310026	0.772784	2.989225	0.0036
X3_ITRENDLB	0.078640	0.105560	0.744979	0.4581

Effects Specification

	S.D.	Rho
Period random	0.000000	0.0000
Idiosyncratic random	1.629188	1.0000

Weighted Statistics

Root MSE	1.567334	R-squared	0.101375
Mean dependent var	-2.800415	Adjusted R-squared	0.073293
S.D. dependent var	1.661709	S.E. of regression	1.599654
Sum squared resid	245.6537	F-statistic	3.609962
Durbin-Watson stat	0.151896	Prob(F-statistic)	0.016076

Unweighted Statistics

R-squared	0.101375	Mean dependent var	-2.800415
Sum squared resid	245.6537	Durbin-Watson stat	0.151896

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan hasil regresi *Random Effect Model* menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar - 4.737664 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted (R)² sebesar 0.073293 atau 7%. Ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sementara sisanya sebesar 93% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

3. Teknik Pengujian Model

a. Uji Chow

Tabel 5
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test period fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	0.137738	(4,92)	0.9679
Period Chi-square	0.597074	4	0.9634

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa nilai *probability Chi-square* sebesar 0,9634 lebih besar dari nilai alpha ($0,9634 > 0,05$) yang artinya model yang terbaik menurut uji chow adalah *Common Effect Model*. Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hausman.

b. Uji Hausman

Tabel 6
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test period random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Period random	0.364298	3	0.9475

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa nilai *probability Chi-square* sebesar 0,9475 lebih besar dari nilai alpha ($0,9475 > 0,05$) yang artinya model terbaik menurut uji hausman adalah *Random Effect Model*. Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji lagrange multiplier.

c. Uji Lagrange Multiplier

Tabel 7
Hasil Uji Lagrange Multiplier

Residual Cross-Section Dependence Test
Null hypothesis: No cross-section dependence (correlation) in residuals
Equation: Untitled
Periods included: 5
Cross-sections included: 20
Total panel observations: 100
Note: non-zero cross-section means detected in data
Cross-section means were removed during computation of correlations

Test	Statistic	d.f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	298.4688	190	0.0000
Pesaran scaled LM	5.564333		0.0000
Pesaran CD	-0.157707		0.8747

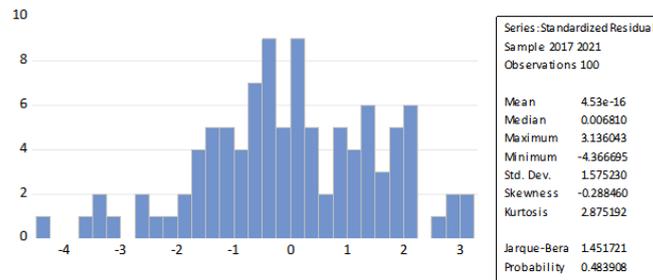
Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan hasil uji Lagrange Multiplier dapat dijelaskan bahwa nilai Breusch-Pagan LM sebesar 0,0000 lebih kecil dari nilai alpha ($0,0000 < 0,05$) yang artinya model yang terpilih adalah *Random Effect Model*. Dengan demikian setelah melakukan ketiga uji yaitu uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier maka dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model* adalah model yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini.

4 Uji Asumsi Kasik

a. Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai *probability* sebesar 0,483908 yang menunjukkan bahwa nilai *probability* lebih besar dari 0,05 ($0,483908 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinieritas

	Y_RPT	X1_ETR	X2_TUN	X3_ITRENDLB
Y_RPT	1.000000	0.081398	0.251320	0.079018
X1_ETR	0.081398	1.000000	0.012258	0.044611
X2_TUN	0.251320	0.012258	1.000000	0.001744
X3_ITRENDLB	0.079018	0.044611	0.001744	1.000000

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa pengujian terhadap nilai koefisien korelasi antar variabel independen (variabel bebas) memiliki nilai yang lebih kecil (<) dari 0,90. Sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

	F-statistic	Prob. F(3,96)	Obs*R-squared	Prob. Chi-Square(3)	Scaled explained SS	Prob. Chi-Square(3)
	1.877438	0.1385	5.541853	0.1362	5.819542	0.1207

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji heteroskedastisitas melalui uji glejser menunjukkan bahwa probabilitas nilai Obs*R-squared lebih besar (>) 0,05 atau 5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 11
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

	F-statistic	Prob. F(2,93)	Obs*R-squared	Prob. Chi-Square(2)
	0.430789	0.6513	0.908745	0.6348

Sumber: Data diolah dengan eviews 12

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa probabilitas nilai Obs*R-squared lebih besar (>) 0,05 atau 5%. sehingga dapat diartikan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi.

5. Analisis Regresi Data Panel

Tabel 12
Hasil Hasil Uji Analisis Regresi Data Panel *Random Effect Model*

Dependent Variable: LOG(Y_RPT)
Method: Panel EGLS (Period random effects)
Date: 03/14/23 Time: 20:40
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 20
Total panel (balanced) observations: 100
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.737664	0.661817	-7.158574	0.0000
X1_ETR	1.310146	1.453737	0.901226	0.3697
X2_TUN	2.310026	0.772784	2.989225	0.0036
X3_ITRENDLB	0.078640	0.105560	0.744979	0.4581

Sumber: Data diolah dengan *eviews 12*

Berdasarkan tabel diatas analisis regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -4.737664 + 1.310146 + 2.310026 + 0.078640 + e$$

Dimana :

- Y = *Transfer Pricing*
- α = Konstanta
- X1 = Pajak
- X2 = *Tunneling Incentive*
- X3 = Mekanisme Bonus
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien regresi
- e = Residual (error)

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (α) sebesar -4.737664 artinya jika variabel pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus nilainya nol (0), maka *transfer pricing* nilainya adalah -4.737664.
- Koefisien regresi variabel pajak sebesar 1.310146 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Pajak mengalami kenaikan 1 dalam satuan, maka *transfer pricing* akan mengalami peningkatan sebesar 1.310146. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Pajak dengan *transfer pricing*.
- Koefisien regresi variabel *tunneling incentive* sebesar 2.310026 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *tunneling incentive* mengalami kenaikan 1 dalam satuan, maka *transfer pricing* akan mengalami peningkatan sebesar 2.310026. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *tunneling incentive* dengan *transfer pricing*.
- Koefisien regresi variabel mekanisme bonus sebesar 0.078640 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan mekanisme bonus mengalami kenaikan 1 dalam satuan, maka *transfer pricing* akan mengalami peningkatan sebesar 0,000783. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara mekanisme bonus dengan *transfer pricing*.

6. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 13
Uji Koefisien Determinasi

Weighted Statistics

Root MSE	1.567334	R-squared	0.101375
Mean dependent var	-2.800415	Adjusted R-squared	0.073293
S.D. dependent var	1.661709	S.E. of regression	1.599654
Sum squared resid	245.6537	F-statistic	3.609962
Durbin-Watson stat	0.151896	Prob(F-statistic)	0.016076

Sumber: Data sekunder diolah dengan *eviews 12*

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan nilai *Adjusted R-squared* adalah 0.073293 atau 7%. Artinya, persentase variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen adalah 7%. Hal ini dijelaskan bahwa variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan sebesar 7% terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya 93% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

7. Uji Parsial (Uji Statistik T)

Tabel 14
Hasil Uji Parsial (T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.737664	0.661817	-7.158574	0.0000
X1_ETR	1.310146	1.453737	0.901226	0.3697
X2_TUN	2.310026	0.772784	2.989225	0.0036
X3_ITRENDLB	0.078640	0.105560	0.744979	0.4581

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan pada tabel 4.16 hasil uji parsial (T) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa pajak memiliki nilai *t*hitung sebesar 0.901226 yang artinya nilai *t*hitung lebih kecil dari nilai *t*tabel 1,66023 ($0.901226 < 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.3697 yang lebih besar dari 0,05 ($0.3697 > 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*
Pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki nilai *t*hitung sebesar 2.989225 yang artinya nilai *t*hitung lebih besar dari nilai *t*tabel 1,66023 ($2.989225 > 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.0036 yang lebih kecil dari 0,05 ($0.3697 > 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H_1 diterimadan H_0 ditolak, artinya *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*
Pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki nilai *t*hitung sebesar 0.744979 yang artinya nilai *t*hitung lebih kecil dari nilai *t*tabel 1,66023 ($0.744979 < 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.4581 yang lebih besar dari 0,05 ($0.4581 > 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 diterimadan H_1 ditolak, artinya mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

8. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 15
Hasil Uji Simultan (F)
Weighted Statistics

Root MSE	1.567334	R-squared	0.101375
Mean dependent var	-2.800415	Adjusted R-squared	0.073293
S.D. dependent var	1.661709	S.E. of regression	1.599654
Sum squared resid	245.6537	F-statistic	3.609962
Durbin-Watson stat	0.151896	Prob(F-statistic)	0.016076

Sumber: Data sekunder diolah dengan eviews 12

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji simultan (F) dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai *F*hitung sebesar 3.609962 yang artinya nilai *F*hitung lebih besar dari nilai *F*tabel 2,696 ($3.609962 > 2,696$), sementara nilai probabilitas (*F-statistic*) sebesar 0.016076 yang lebih kecil dari 0,05 ($0.016076 < 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus secara simultan berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.

E. PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer pricing*

Hasil Pengujian statistik secara simultan menunjukkan bahwa Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer pricing*. Hal ini dapat diketahui dari nilai *F*hitung sebesar 3,609962 dan *F*tabel sebesar 2,696 yang artinya nilai *F*hitung lebih besar dari nilai *F*tabel ($3,609962 > 2,696$). Sementara nilai probabilitas (*F-statistic*) sebesar 0,016076 yang menunjukkan lebih kecil dari nilai tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05 ($0,016076 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.

Pengaruh Pajak terhadap *Transfer pricing*

Hasil Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pajak memiliki nilai *t*hitung sebesar 0.901226 yang artinya nilai *t*hitung lebih kecil dari nilai *t*tabel 1,66023 ($0.901226 < 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.3697 yang lebih besar dari 0,05 ($0.3697 > 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin tinggi tarif pajak suatu negara tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* karena cara untuk meminimalisir beban pajak yang ditanggung perusahaan tidak harus melakukan *transfer pricing*. Perusahaan bisa melakukan perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak. (Pratiwi, 2018).

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2019) yang menyatakan bahwa pajak secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) dan Paramitha (2021) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Hasil pengujian data panel secara parsial menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki nilai *t*hitung sebesar 2.989225 dan *t*tabel sebesar 1,66023 yang artinya nilai *t*hitung lebih besar dari nilai *t*tabel ($2.989225 > 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.0036 yang lebih kecil dari 0,05 ($0.3697 < 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, artinya *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini disebabkan karena posisi pemegang saham di sebuah perusahaan sangat berpengaruh terhadap tindakan *tunneling incentive* dengan cara *transfer pricing*, apalagi jika posisinya sebagai pengendali karena mereka akan menggunakan hak atas kendalinya untuk melakukan tindakan tersebut. Pemegang saham mayoritas akan mementingkan dirinya sendiri dengan cara melakukan pemindahan laba atau asetnya ke perusahaan afiliasi (hubungan istimewa) lainnya kemudian pemegang saham minoritasnya ikut membayar beban biaya yang dikeluarkan dari aktivitas tersebut dengan tujuan agar perusahaan mendapatkan keuntungan lebih. (Jannah et al., 2022).

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing

Hasil pengujian model regresi menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki nilai *t*hitung sebesar 0.744979 dan nilai *t*tabel sebesar 1,66023 yang artinya nilai *t*hitung lebih kecil dari nilai *t*tabel ($0.744979 < 1,66023$), sementara nilai signifikannya sebesar 0.4581 yang lebih besar dari 0,05 ($0.4581 > 0,05$). Hasil ini menjelaskan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, artinya mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini terjadi karena perusahaan manufaktur memiliki mekanisme pengawasan stakeholder yang baik (Agustin & Stiawan, 2022).

F. PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* dengan studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Periode tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil analisis, pengujian regresi model dan hipotesis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus secara simultan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel bebas yaitu pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus yang dapat mempengaruhi variabel terikatnya yaitu *transfer pricing*. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan rentang waktu observasi hanya 5 (lima) tahun yaitu periode 2017-2021 dan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan sehingga hasil penelitian kurang memberikan hasil yang maksimal. Selain itu, terdapat nilai ekstrim pada data sekunder dalam penelitian ini yang nilainya lebih tinggi dari nilai yang lainnya. Penelitian ini juga menggunakan rumus logaritma untuk menormalkan data yang dianalisis dalam penelitian ini pada variabel *transfer pricing*.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambah atau mengganti variabel lain yang memiliki peluang tinggi pada pengaruhnya terhadap *transfer pricing*, sehingga dapat meningkatkan nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian dan penelitian selanjutnya juga disarankan dapat memperpanjang tahun penelitian agar jumlah data yang digunakan dalam penelitian lebih banyak dan memperoleh hasil yang akurat. Selain itu, bagi Investor/pemegang saham, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai tambahan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* sehingga para investor/pemegang saham yang ingin menginvestasikan modal saham nya tidak salah dalam mengambil keputusan.

REFERENCES

- Agustin, E., & Stiawan, H. (2022). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 39–46.
- Andraeni, S. S. (2017). Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015).
- Antoni, A., & Juwita, R. (2020). Analisis Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Bonus Plan Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *UG Journal*, 14(6), 45–56.
- Apriliyana, L. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Periode Tahun 2013-2019) [Universitas muhammadiyah magelang].
- Berliana, R. (2020). Pengaruh Tarif Pajak, Tunneling Incentive, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). Universitas Jember.
- Chalimatussa'diyah, N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018. *E-Jra*, 09(06), 66–81.
- Fadhilah, M. A. (2018). Pengaruh Pajak dan Intangible Assets terhadap Motivasi Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016). Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Hidayat, W., W., Winarso, W., & Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 15(1), 49–59. <https://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/jiam/article/view/542/244>
- Indradi, D., & Setyahadi, M. M. (2019). Pengaruh Transaksi Hubungan Istimewa Terhadap Tarif Pajak Efektif dengan Leverage Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(3), 375–392. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI/article/view/3299/pdf>
- Jannah, F., Sarwani, S., Novriyandana, R., & Hardi, E. (2022). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2017-2019. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 10(1), 44–60. <https://doi.org/10.17509/jpak.v10i1.43323>
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Jurnal of Financial Economics*, 205–360.
- Khasanah, U. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris: Perusahaan Sektor Utama Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2015). *Digital Repository Universitas Pamulang*, 43–55.
- Laksmi Rachmah Deanti. (2017). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, Leverage, Profitabilitas, dan Tunelling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Indonesia [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH].
- Lestari, P. G. (2021). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. 20(01), 21–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.37278/insearch.v20i1.391>
- Lori, P. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018). Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Nainggolan, E. (2021). Pengaruh Tarif Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Multinasional Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019. Universitas Multi Data Palembang.
- Paramitha, M. (2019). Pengaruh Pajak, Tunnelling Incentive, Mekanisme Bonus dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akutansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35–44.
- Pratiwi, B. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Tunneling Incentive, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 90. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.3.90-103>

- Purwanto, G. M., & Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v14i1.412>
- Rachmat, R. A. H. (2019). Pajak, Mekanisme Bonus dan Transfer Pricing. 7(1), 21–30. <https://doi.org/DOI.10.17509/jpak.v7i1.15801>
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 543–555. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/12339/11984>
- Resmi, S. (2016). *Perpajakan : Teori dan Kasus*. Penerbit Salemba Empat.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan (Edisi-ke 11)*. Salemba Empat.
- Riska, A., & Anwar, S. (2021). Pengaruh Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Debt Covenant dan Tax Minimization Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(3), 266–280.
- Safira, M., Abduh, A., & Putri, S. S. E. (2021). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, Tunneling Incentive, dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *The Journal of Taxation Tax Center*, 2(1), 116–137.
- Saifudin, L. S. P. U. (2018). DETERMINASI PAJAK , MEKANISME BONUS , DAN TUNNELING INCENTIVE TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA EMITEN BEI Saifudin , Luky Septiani Putri Diterima : 2 November 2017 ; Direvisi : 6 November 2017 ; Disetujui : 24 November 2017 terjadi karena pemilika. 2(1), 32–43.
- Saraswati, G. A. R. S. dan I. K. S. (2017). PENGARUH PAJAK , MEKANISME BONUS , DAN TUNNELING INCENTIVE PADA INDIKASI MELAKUKAN TRANSFER PRICING. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- Sari, D. A. M., & Djohar, C. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Debt Covenant Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing. *Yudishtira Journal : Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 2(2), 227–243. <https://doi.org/10.53363/yud.v2i2.38>
- Sugiyanto, S. (2022). The effect of the audit opinion, financial distress, and good corporate governance on audit delay. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 72-82
- Sugiyanto, S., & Febrianti, F. D. (2021). The effect of green intellectual capital, conservatism, earning management, to future stock return and its implications on stock return. *The Indonesian Accounting Review*, 11(1), 93.
- Syafrizal, S., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Intensitas Persediaan, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan Pertambangan Terdaftar Idx 2017-2021). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 829-842.
- Sugianto, S. (2018). Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi Kepemilikan Institusional. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 6(1), 82-96.
- Sugiyanto, E. M. (2018). Earning Management, Risk Profile And Efficient Operation In The Prediction Model Of Banking: Eviden From Indonesia
- Suwandi, H. I. (2022). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Global Accounting*, 1(2), 188–201.
- Windanarti, D. (2021). Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Perusahaan dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2014-2018). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Wulandari, R., Anisa, D. N., Irawati, W., & Mubarak, A. (2021). Transfer Pricing : Pajak , Mekanisme Bonus , Kontrak Hutang , Nilai Tukar Dan Multinasionalitas. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(3), 325–341.
- Yulianti, S., & Rachmawati, S. (2019). Tax Minimization Sebagai Pemoderasi Pada Pengaruh Tunnelling Incentive Dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(2), 165.