

# Pajak, Tunneling Incentive, Nilai Tukar dan Keputusan Transfer Pricing

Kadek Karya Dwi Jayanti<sup>1</sup>

Ni Luh Supadmi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

\*Correspondences: [karyadwi17@gmail.com](mailto:karyadwi17@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris mengenai pengaruh pajak, tunneling incentive dan nilai tukar pada transfer pricing yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Sampel penelitian ini sebanyak 20 perusahaan dengan periode pengamatan 3 tahun sehingga diperoleh 60 sampel. Pengumpulan data dengan metode observasi non partisipan dengan mengunduh laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Teknik analisis data yaitu analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Sedangkan tunneling incentive dan nilai tukar tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing.

Kata Kunci: Pajak; Tunneling Incentive; Nilai Tukar; Transfer Pricing.

## *Taxes, Tunneling Incentives, Exchange Rates and Transfer Pricing Decisions*

### ABSTRACT

The research aims to find out and empirically test the effect of taxes, tunneling incentives and exchange rates on transfer pricing carried out in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). Sampling method with purposive sampling method. The sample of this research were 20 companies with an observation period of 3 years so that 60 samples were obtained. Collecting data using the non-participant observation method by downloading the financial statements of manufacturing companies listed on the IDX. The data analysis technique is logistic regression analysis. The results of the study show that taxes have a positive effect on the company's decision to transfer pricing. Meanwhile, tunneling incentives and exchange rates have no effect on the company's decision to carry out transfer pricing.

Keywords: Tax; Tunneling Incentive; Exchange Rate; Transfer Pricing



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 5  
Denpasar, 26 Mei 2023  
Hal. 1185-1199

DOI:  
10.24843/EJA.2023.v33.i05.p03

**PENGUTIPAN:**  
Jayanti, K. K. D., & Supadmi,  
N. L. (2023). Pajak, Tunneling  
Incentive, Nilai Tukar dan  
Keputusan Transfer Pricing. *E-  
Jurnal Akuntansi*, 33(5),  
1185-1199

**RIWAYAT ARTIKEL:**  
Artikel Masuk:  
31 Januari 2022  
Artikel Diterima:  
4 Maret 2022

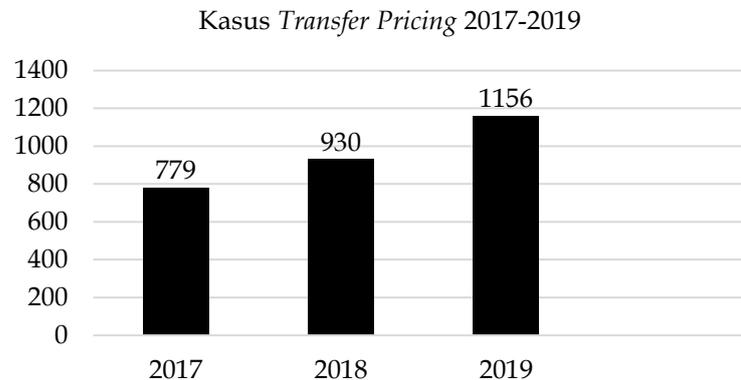
Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di zaman globalisasi sekarang sudah tidak mengenal batas antar Negara. Globalisasi menciptakan penyebaran produk, teknologi, informasi, dan pekerjaan tanpa adanya batasan negara atau budaya. Hal tersebut dapat memudahkan perusahaan nasional untuk menempatkan produk dan jasa mereka ke Negara manapun di seluruh dunia. Perusahaan-perusahaan nasional kini pun berubah menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan beroperasi juga di beberapa negara.

Transaksi kegiatan internasional pada perusahaan multinasional yaitu seperti jual beli barang antar perusahaan terkait atau terkait. Perusahaan dengan anak perusahaan di negara yang berbeda akan kesulitan untuk menentukan harga transaksi antar perusahaan, sehingga perusahaan akan melakukan transfer pricing untuk menentukan harga transaksi. Penetapan harga transfer dari harga jual barang, jasa dan aset tidak berwujud kepada anak perusahaan atau pihak terkait atau terafiliasi yang berada di negara yang berbeda merupakan *transfer pricing*. Dalam Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan pada pasal 18 ayat 4, menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa yaitu apabila memiliki kepentingan penyertaan langsung atau tidak langsung pada Wajib Pajak lain paling sedikit 25 persen dimana hubungan antara Wajib Pajak dan pengembalian paling sedikit 25 persen pada dua Wajib Pajak atau lebih; atau hubungan antara dua atau lebih Wajib Pajak, berikut Wajib Pajak yang kedua apabila Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung, yang ketiga yaitu jika terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

Berdasarkan Laporan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7, hubungan istimewa adalah ketika salah satu pihak memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau memberikan pengaruh signifikan atas pihak lain dalam pengambilan keputusan. Transaksi pihak hubungan khusus adalah transfer sumber daya atau kewajiban antara pihak-pihak yang memiliki hubungan khusus, baik ada biayanya maupun tidak. Sedangkan istilah *transfer pricing* sebenarnya merupakan istilah yang netral, namun dalam prakteknya istilah *transfer pricing* sering dipahami sebagai upaya untuk mengurangi pajak dengan cara mengalihkan harga atau keuntungan antar perusahaan dalam suatu kelompok. Dengan adanya transaksi internasional antar negara, perusahaan secara tidak langsung akan menghadapi masalah perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara. Hal inilah yang menjadi penyebab munculnya transfer pricing oleh perusahaan multinasional (Tania & Kurniawan, 2019). Oleh otoritas pajak, hal tersebut masih menjadi masalah yang harus diperhatikan apabila penentuan harga yaitu *transfer pricing* dalam transaksi antar pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan sehingga dianggap sebagai upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*). Data perkembangan kasus praktik *transfer pricing* dari tahun 2017- 2019 disajikan pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1. Data Kasus *Transfer Pricing* 2017-2019**

Sumber: Organisation for Economic Co-operation Development, 2021

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa kasus *transfer pricing* setiap tahun mengalami peningkatan yakni pada tahun 2017 terdapat sebanyak 779 kasus kemudian pada tahun 2018 dalam *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics* diungkapkan oleh OECD bahwa kasus *transfer pricing* meningkat signifikan dibandingkan dengan tahun 2017 yaitu naik hampir 20 persen menjadi 930 kasus. Serta pada tahun 2019 kasus *transfer pricing* meningkat menjadi 1156 kasus. OECD menjelaskan peningkatan kasus sengketa *transfer pricing* tersebut dapat menimbulkan masalah dalam berkurangnya penerimaan pajak yang dapat diterima oleh negara.

*Transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah pajak. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marfuah, *et al.*, (2019) menemukan bahwa semakin tinggi beban pajak memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* untuk menurunkan beban pajak tersebut. Penelitian tentang pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* telah dilakukan oleh Marfuah, *et al.*, (2019), Tania & Kurniawan (2019), Wicaksananingtyas & Sari (2019) dan Tiwa, *et al.*, (2017) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh pajak dalam keputusan melakukan *transfer pricing*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018) dan Saifudin & Putri (2018) menemukan bahwa pajak tidak berpengaruh pada *transfer pricing*.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi perusahaan dalam melaksanakan keputusan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*. *Tunneling Incentive* adalah perilaku pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan untuk keuntungannya, tetapi biaya ditanggung oleh pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham terbesar, mengindikasikan bahwa adanya pemegang saham pengendali mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan *transfer pricing*. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada satu pihak atau kepentingan yang akan mengendalikan kegiatan usaha perusahaan yang dikuasainya. Pemegang saham non pengendali menugaskan pemegang saham pengendali

untuk pengawasan manajemen karena pemegang saham pengendali berada pada posisi yang lebih baik dan memiliki akses informasi yang lebih baik. Hal ini menyebabkan pemegang saham pengendali menyalahgunakan kendalinya untuk melayani kepentingannya melalui penetapan harga transfer (*transfer pricing*) (Refgia, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Sujana (2017), Wicaksananingtyas & Sari (2019), Tania & Kurniawan (2019), Wahyu, *et al.*, (2019) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada keputusan dalam melakukan keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018), dan Saifudin & Putri (2018) menemukan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh pada *transfer pricing*.

*Transfer pricing* juga dipengaruhi oleh nilai tukar. Nilai tukar mata uang berdasarkan *Financial accounting standards board* (FASB) adalah rasio antara satu unit mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu. Dalam penelitian Ayshinta, *et al.*, (2019) menemukan bahwa nilai tukar mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengadopsi harga transfer karena manajemen cenderung menggunakan perbedaan nilai tukar untuk menyesuaikan targetnya menggunakan harga transfer seperti yang terlihat dalam laporan keuangan laporan laba rugi sebelum pajak. Semakin menguatnya nilai tukar mata uang asing akan mempengaruhi pertimbangan manajemen perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* ke mata uang yang kuat untuk meminimalkan kerugian akibat selisih kurs sehingga keuntungan perusahaan dapat dimaksimalkan. Penelitian yang dilakukan oleh Ayshinta, *et al.*, (2019), Wicaksananingtyas & Sari (2019) menemukan bahwa nilai tukar berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Marfuah, *et al.*, (2019), dan Cahyadi & Noviani (2018) menemukan bahwa nilai tukar tidak mempengaruhi keputusan dalam melaksanakan *transfer pricing*.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar berpengaruh positif pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar pada *transfer pricing*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan pengetahuan tentang ilmu akuntansi serta dapat memperkuat teori agensi bahwa hubungan keagenan yang terjadi antara principal dan agen menimbulkan praktik *transfer pricing* yang dipengaruhi oleh faktor pajak, *tunneling incentive*, dan nilai tukar dan memberikan gambaran kepada pemerintah, manajemen perusahaan dan investor bagaimana pajak, *tunneling incentive*, dan nilai tukar mempengaruhi keputusan perusahaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini menggunakan studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2017-2019. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur karena jumlah perusahaan dalam sektor manufaktur memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan sektor lainnya seperti pertanian dan pertambangan. Alasan lainnya karena sebagian besar penanaman modal asing dilakukan pada perusahaan manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri (Gunadi, 1994). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu pada rentang waktu penelitian periode tahun 2017 hingga tahun 2019.

Penelitian ini berpedoman pada teori agensi. Teori agensi menurut Jensen & Meckling (1976) merupakan teori yang berfokus pada hubungan antara agen (perusahaan) dan prinsipal (pemegang saham). Hubungan agensi dikatakan telah terjadi apabila diantara keduanya terdapat kontrak yang menyatakan bahwa agen siap memberikan jasa demi kepentingan prinsipal dan terdapat pendelegasian wewenang pengambilan keputusan oleh prinsipal kepada agen.

*Transfer pricing* (penentuan harga transfer) merupakan harga suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud ataupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak terkait. Sedangkan istilah *transfer pricing* sebenarnya merupakan istilah yang netral, namun dalam prakteknya istilah transfer pricing sering dipahami sebagai upaya untuk mengurangi pajak dengan cara mengalihkan harga atau keuntungan antar perusahaan dalam suatu kelompok. Menurut otoritas pajak, transfer pricing dianggap sebagai tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*) jika penentuan harga dalam suatu transaksi antara pihak-pihak yang terkena hubungan istimewa dilakukan dengan cara yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan tentang perpajakan (Setiawan, 2014).

Dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang Penerapan Prinsip kewajaran dan kelaziman Usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada pasal 1 ayat 5 disebutkan pengertian *arm's length principle* yaitu adalah suatu asas yang menyatakan bahwa jika syarat-syarat transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah sama atau sebanding dengan syarat-syarat transaksi antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, maka harga atau keuntungan transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa harus sama atau berada dalam kisaran harga atau keuntungan tersebut. Keuntungan dalam transaksi antara pihak-pihak yang tidak berelasi untuk dibandingkan.

Definisi pajak menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yaitu pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam undang-undang pajak penghasilan No. 36 Tahun 2008, pasal 18 ayat 3 dijelaskan bahwa Direktur Jenderal Pajak berhak menetapkan kembali besaran penghasilan dan pemotongan serta menetapkan utang dan modal untuk menghitung jumlah penghasilan kena pajak. Bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lain dalam kegiatan usaha normal yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan metode perbandingan panjang harga, metode harga jual kembali, harga tambah biaya, atau cara lainnya. Kewenangan Direktur jendral pajak tersebut tidak dilaksanakan apabila wajib pajak telah memenuhi prinsip aturan sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang dilakukan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Beban pajak yang tinggi membuat perusahaan memilih metode atau kebijakan akuntansi yang dapat mengurangi beban pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. Untuk menurunkan total beban pajaknya, perusahaan

manufaktur memilih untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan transaksi ke perusahaan lain yang berada di negara lain yang masih terafiliasi. Sehingga perusahaan yang mendapatkan laba tinggi yang berada di negara yang memiliki tarif pajak tinggi akan menggeser laba dan pendapatannya ke negara yang tergolong *low tax countries*.

Dalam teori agensi, konflik keagenan terjadi antara manajer dan pemegang saham akibat adanya asimetri informasi antara pihak tersebut. Pemegang saham memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melaksanakan kegiatan yang tidak sepenuhnya diketahui oleh pemegang saham. Manajemen dikhawatirkan akan melakukan tindakan mencari keuntungan dengan manipulasi laporan keuangan yang berdampak pada berkurangnya keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham. Maka dalam hal ini, manajemen memanfaatkan celah peraturan perpajakan antarnegara yang berbeda untuk melakukan praktek *transfer pricing* untuk menurunkan beban pajak. Dengan harapan dapat meminimalkan beban pajak perusahaan yang harus dibayarkan kepada negara tujuannya untuk mengoptimalkan peningkatan laba perusahaan (Saraswati & Sujana, 2017). Berdasarkan teori dan hasil penelitian, hipotesis 1 penelitian ini seperti berikut.

H<sub>1</sub>: Pajak berpengaruh positif pada *transfer pricing*.

*Tunneling Incentive* adalah perilaku pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan untuk keuntungannya, tetapi biayanya ditanggung oleh pemegang saham minoritas. Teori keagenan menjelaskan munculnya tunneling karena masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Kepemilikan terkonsentrasi pada satu pihak atau kepentingan yang akan mengendalikan kegiatan usaha perusahaan yang dikuasainya. Pemegang saham nonpengendali menugaskan pemegang saham pengendali untuk pengawasan manajemen karena pemegang saham pengendali berada pada posisi yang lebih baik dan memiliki akses informasi yang lebih baik. Hal ini menyebabkan pemegang saham pengendali menyalahgunakan kendalinya untuk melayani kepentingannya melalui penetapan *transfer pricing* (Refgia, 2017). Hipotesis 2 penelitian ini seperti berikut.

H<sub>2</sub>: *Tunneling Incentive* berpengaruh positif pada *transfer pricing*.

*Exchange rate* merupakan nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau kemudian hari dengan mata uang negara-negara asing. Nilai tukar mata uang antara negara satu dengan negara lain sangatlah fluktuatif setiap harinya, hal tersebut mampu dijadikan sebagai pertimbangan oleh suatu perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* atau tidak. Perbedaan nilai tukar inilah yang nantinya akan mempengaruhi terjadinya praktik transfer pricing pada perusahaan multinasional. Dalam teori agensi menilai pemegang saham akan mendorong manajer untuk mengelola kelebihan informasi yang mereka miliki untuk memenuhi kepentingan mereka. Semakin menguatnya nilai tukar mata uang asing akan mempengaruhi pertimbangan manajemen perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* ke mata uang yang kuat untuk meminimalkan kerugian akibat selisih kurs sehingga keuntungan perusahaan dapat dimaksimalkan. Ketika harga tukar berfluktuasi juga akan mempengaruhi harga produksi, karena pembelian bahan baku yang mahal atau murah dari luar negeri akan meningkatkan atau menurunkan harga produksi (Wicaksaningtyas & Sari, 2019). Hipotesis 3 penelitian ini seperti berikut.

H<sub>3</sub>: Nilai tukar berpengaruh positif pada *transfer pricing*.

### METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Variabel independen pada penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, dan nilai tukar. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017-2019 yang dapat diakses melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 sampai tahun 2019, yaitu sebanyak 157 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019, terdapat 60 sampel yang dipilih menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut.

**Tabel 1. Kriteria Pemilihan**

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019	157
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan ke Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dalam periode tahun 2017 sampai tahun 2019	(35)
3.	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2017-2019	(41)
4.	Perusahaan Manufaktur yang tidak memiliki data laba (rugi) selisih kurs	(23)
5.	Perusahaan manufaktur dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan kurang dari 20%	(38)
	Total sampel berdasarkan kriteria	20
	Tahun Pengamatan	3
	Total Pengamatan	60

Sumber: Data Penelitian, 2021

*Transfer pricing* di proksikan dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Harga transaksi yang dilakukan antara pihak yang memiliki hubungan istimewa sama atau sebanding (Yuniasih, *et al.*, 2012). Score 0: Jika perusahaan tidak melakukan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (pihak afiliasi). Score 1 : Jika perusahaan melakukan transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa (pihak afiliasi).

Pajak dalam penelitian ini di proksikan dengan tarif pajak efektif (*effective tax rate*). *Effective Tax Rate* digambarkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Saraswati & Sujana, 2017).

$$Effective\ Tax\ Rate = \frac{Beban\ Pajak - Beban\ Pajak\ Tangguhan}{Laba\ kena\ Pajak} \dots\dots\dots(1)$$

Pengukuran *tunneling incentive* dapat dilakukan dengan cara melihat presentasi kepemilikan saham sebesar 20 persen atau lebih berdasarkan Penyataan

Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15. Pengukuran variabel ini dengan menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut (Yuniasih, *et al.*, 2012).

$$Tunneling\ Incentive = \frac{Jumlah\ kepemilikan\ Saham\ terbesar}{Jumlah\ saham\ beredar} \dots\dots\dots(2)$$

Perhitungan nilai tukar dapat diperoleh dengan cara membandingkan antara laba rugi selisih kurs dengan laba rugi sebelum pajak. Pengukuran variabel ini dengan menggunakan skala rasio, dengan rumus sebagai berikut (Marfuah & Azizah, 2014).

$$Nilai\ Tukar = \frac{Laba\ rugi\ selisih\ kurs}{Laba\ Rugi\ sebelum\ Pajak} \dots\dots\dots(3)$$

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi logistik, teknik ini digunakan karena variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing* merupakan variable dummy yang menggunakan data kategori (nominal) dalam skala pengukurannya. Dimana kategori yang ditentukan yakni perusahaan yang melakukan transaksi penjualan dengan pihak berelasi diberi nilai 1 (satu) dan perusahaan yang tidak melakukan transaksi penjualan dengan pihak berelasi diberi nilai 0 (nol). Regresi logistik cocok digunakan untuk penelitian yang variabel dependennya bersifat kategorikal atau nominal atau nonmetrik. Beberapa uji statistik yang digunakan adalah uji kesesuaian keseluruhan model (*overall fit model*), uji kelayakan model regresi (*hosmer and lemeshow's goodness of fit test*), uji koefisien determinasi (*nagelkerke r square*), uji matriks klasifikasi (*classification table*).

Persamaan model regresi logistik yang akan digunakan adalah sebagai berikut.

$$TP = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e \dots\dots\dots(4)$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data yang ditunjukkan dengan jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variable yang terdiri atas pajak, *tunneling incentive*, nilai tukar dan *transfer pricing*. Hasil dari uji statistik deskriptif data penelitian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

**Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Transfer Pricing</i>	60	0	1	0,90	0,303
Pajak	60	0,02	5,22	0,5647	0,95913
<i>Tunneling Incentive</i>	60	0,15	0,92	0,4468	0,22461
Nilai Tukar	60	0,00	1,06	0,1157	0,22415
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa statistik deskriptif dengan jumlah sampel yaitu 60, *transfer pricing* memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 1, hal ini karena variabel *transfer pricing* dihitung dengan menggunakan variabel dummy sedangkan nilai mean yaitu sebesar 0,90 dan nilai standar deviasinya sebesar 0,30. Nilai *mean* yang lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya mengindikasikan bahwa penyebaran data menunjukkan hasil yang normal atau cukup baik. Pajak memiliki nilai minimum sebesar 0,02, nilai

maksimum sebesar 5,22, nilai mean sebesar 0,56 dan nilai standar deviasi sebesar 0,95. Nilai *mean* yang lebih kecil dari nilai standar deviasinya mengindikasikan bahwa penyebaran data menunjukkan hasil yang kurang baik atau tingkat variasi data tinggi.

Variabel *tunneling incentive* memiliki nilai minimum sebesar 0,15, nilai maksimum sebesar 0,92, nilai mean sebesar 0,45 dan nilai standar deviasi sebesar 0,22. Nilai *mean* yang lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya mengindikasikan bahwa penyebaran data menunjukkan hasil yang normal atau cukup baik. Nilai tukar memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 1,06, nilai mean sebesar 0,12 dan nilai standar deviasinya sebesar 0,22. Nilai *mean* yang lebih kecil dari nilai standar deviasinya mengindikasikan bahwa penyebaran data menunjukkan hasil yang kurang baik atau tingkat variasi data tinggi.

**Tabel 3. Hasil Uji Overall Fit Model**

-2Log likelihood (-2LogL) pada awal	39,010
-2Log likelihood (-2LogL) pada akhir	34,455

Sumber: Data Penelitian, 2021

Nilai -2LogL awal yang ditunjukkan pada Tabel 3 yaitu sebesar 39,010 sedangkan nilai -2LogL akhir yaitu sebesar 34,455, maka dapat dilihat terjadi penurunan dari nilai -2LogL awal dan akhir ini menunjukkan bahwa model regresi yang baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

**Tabel 4. Hasil Uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test**

Step	Chi-Square	Sig.
1	11,048	0,199

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat ditunjukkan dari hasil uji *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*, nilai *Chi-square* yaitu sebesar 11,048 dengan signifikansi sebesar 0,199. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dapat disimpulkan mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima atau fit karena cocok dengan data observasinya.

**Tabel 5. Hasil Uji Nagelkerke R Square**

Step	-2Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	34,455	0,073	0,153

Sumber: Data Penelitian, 2021

Pada Tabel 5 dapat ditunjukkan nilai dari *nagelkerke r square* adalah sebesar 0,153. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar mempengaruhi variabel dependen yaitu *transfer pricing* sebesar 15,3 persen sedangkan 84,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Classification Table**

Observed		Predicted		
		Transfer Pricing		Percentage Correct
		0	1	
Step 1	Transfer	0	1	16,7
	Pricing	1	0	100,0
Overall Percentage				91,7

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan pada Tabel 6 dapat ditunjukkan bahwa kemampuan memprediksi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 91,7 persen. Dengan menggunakan model regresi tersebut maka dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 54 perusahaan atau 100 persen perusahaan yang diprediksi akan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan kemampuan memprediksi model regresi untuk kemungkinan perusahaan tidak melakukan *transfer pricing* adalah sebesar 16,7 persen sehingga dengan menggunakan model regresi tersebut dapat diketahui 1 perusahaan atau 16,7persen dari perusahaan yang diprediksi tidak melakukan keputusan *transfer pricing*.

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi logistik**

		B	S.E	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1	X1	1,336	1,588	0,708	1	0,040	3,805
	X2	0,510	2,400	0,045	1	0,832	1,665
	X3	-3,863	2,256	2,891	1	0,089	0,022
	Constant	1,969	1,319	2,226	1	0,136	7,161

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan pada Tabel 7 dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$\ln \frac{TP(Y)}{1-TP(Y)} = 1,969 + 1,336 X_1 + 0,510 X_2 - 3,863 X_3 + e \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- Y = *Transfer Pricing*
- A = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien regresi
- X1 = Pajak
- X2 = *Tunneling Incentive*
- X3 = Nilai Tukar
- e = Error

Nilai koefisien untuk variabel pajak (X1) adalah sebesar 1,336 memiliki makna bahwa apabila variabel pajak mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* juga akan mengalami kenaikan sebesar 1,336 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan. Nilai koefisien untuk variabel *tunneling incentive* (X2) adalah sebesar 0,510 memiliki makna bahwa apabila variabel *tunneling incentive* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,510 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan. Nilai koefisien untuk variabel nilai tukar (X3) adalah sebesar -3,863 memiliki makna bahwa apabila variabel nilai tukar mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka variabel *transfer pricing* akan mengalami penurunan sebesar 3,863 satuan dengan asumsi faktor lainnya konstan.

Berdasarkan Tabel 7 dapat ditunjukkan level of significant dari masing-

masing variabel bebas. Berdasarkan hasil uji regresi logistik, menunjukkan bahwa pajak memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,040 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur diterima, artinya besar atau kecilnya beban pajak mempengaruhi perusahaan manufaktur untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

Tingginya beban pajak menyebabkan perusahaan memilih metode akuntansi yang dapat meminimalkan beban pajak, yaitu salah satunya melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi beban pajak yang dikenakan maka minat perusahaan untuk mengurangi beban pajak dengan melakukan transaksi ke perusahaan lain yang berada di negara lain yang masih terafiliasi yang tergolong *low tax country* semakin meningkat. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan peningkatan laba perusahaan. Berdasarkan teori keagenan, simetri informasi yang terjadi antara pemegang saham dan manajemen memungkinkan direksi untuk bebas melakukan kegiatan tanpa sepengetahuan pemegang saham sepenuhnya. Dalam hal ini, regulator memanfaatkan celah regulasi perpajakan antar negara untuk melakukan praktik *transfer pricing* guna mengurangi beban pajak (Saraswati & Sujana, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Saraswati & Sujana (2017), Tiwa, *et al.*, (2017), Marfuah, *et al.*, (2019), Tania & Kurniawan (2019), Wicaksananingtyas & Sari (2019). Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018) dan Saifudin & Putri (2018) yang menemukan bahwa pajak tidak berpengaruh pada *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil uji regresi logistik, menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,832 yang lebih besar dari 0,05 maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur ditolak artinya besar atau kecilnya *tunneling incentive* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemegang saham mayoritas tidak menggunakan hak kendalinya untuk mempengaruhi manajemen dalam melakukan *transfer pricing*, maka dengan besarnya kepemilikan saham tidak memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khotimah (2018) , serta penelitian oleh Saifudin & Putri (2018) yang menjelaskan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dimungkinkan karena pemegang saham mayoritas berpikir untuk fokus memaksimalkan keuntungan kesejahteraan perusahaan sehingga apapun keputusan yang dibuat oleh manajemen itu baik asalkan menguntungkan bagi mereka. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Sujana (2017), Wicaksananingtyas & Sari (2019) serta Tania & Kurniawan (2019).

Nilai signifikansi pada variabel nilai tukar yaitu sebesar 0,089 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa nilai tukar berpengaruh secara positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur ditolak artinya besar atau kecilnya nilai tukar tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian ini, hipotesis tersebut ditolak. Hal tersebut mengindikasikan

manajemen tidak berfokus untuk mengelola informasi mengenai perbedaan nilai tukar sebagai pertimbangan untuk melakukan *transfer pricing* dimungkinkan karena nilai selisih kurs terlalu kecil. Menurut penelitian Marfuah, *et al.*, (2019) menyatakan bahwa selisih kurs yang digadang-gadang menjadi akun penampungan *transfer pricing* ternyata tidak terbukti, dimungkinkan karena perusahaan banyak mengalami kerugian selisih kurs saat tahun penelitian sehingga nilai tukar tidak menjadi akun yang dimanfaatkan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Cahyadi & Noviani (2018) yang menemukan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Serta tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh hasil penelitian Wicaksananingtyas & Sari (2019) dan Ayshinta, *et al.*, (2019) yang menemukan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan kontribusi perkembangan pengetahuan tentang ilmu akuntansi mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar pada *transfer pricing* perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan keagenan antara principal dan agen. Masalah yang muncul dalam teori keagenan yaitu terdapat asimetri informasi yang menyebabkan manajemen memiliki informasi perusahaan yang lebih daripada pemegang saham. Serta implikasi praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pemerintah, yaitu Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan dan Direktorat Jenderal pajak yang berhubungan dengan peraturan yang telah dikeluarkan mengenai pelaksanaan pajak, *tunneling incentive*, nilai tukar dan *transfer pricing* sehingga dapat meminimalisir penyelewengan terhadap kebijakan yang berlaku di Indonesia. Serta bagi manajemen perusahaan dan investor agar lebih bertanggung jawab dalam menjalankan perusahaan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

## SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya pajak mempengaruhi pertimbangan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya kepemilikan saham tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Nilai tukar tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya nilai tukar tidak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu, pada penelitian ini nilai koefisien determinasi sebesar 15,3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar mempengaruhi variabel *transfer pricing* pada penelitian ini sebesar 15,3 persen sedangkan sebesar 84,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Peneliti berikutnya diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas

dengan memperhatikan beberapa masukan yaitu dapat menambahkan beberapa variabel bebas lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, jika data penelitian dimungkinkan tersedia seperti ukuran perusahaan, *good corporate governance* dan *intangibile aset*, memperpanjang waktu pengamatan, memperluas sampel tidak hanya pada perusahaan manufaktur tetapi juga perusahaan sektor lain seperti perkebunan, pertambangan, farmasi.

## REFERENSI

- Aida, Y., Hayati, N. & Daud, R. M. (2019). The Influence of Tax, Foreign Ownership and Company Size on the Application of Transfer Pricing in Manufacturing Companies Listed on IDX during 2013-2017. *International Journal of Economics and Financial Issues*.
- Anggraeni, N. & Lutfillah, N. Q. (2019). Determinants Of Transfer Pricing. *Journal of Management and Business*, Vol. 18, No. 2.
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), 572-588. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i2.96>.
- Cahyadi, A. S., & dan Noviyari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(2), 1441-1473. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p23>.
- Chan, C., Landry, S. P., & and Jalbert, T. (2002). Effects Of Exchange Rates On International Transfer Pricing Decisions. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 3(4). <https://doi.org/10.19030/iber.v3i4.3685>.
- Colgan, P. (2001). Agency theory and corporate governance: a review of the literature from a UK perspective. *Working Paper. University of Strathclyde at United Kingdom.*, 1-77.
- Gunadi. (1994). *Transfer Pricing : Suatu Tinjauan Akuntansi Manajemen dan Pajak*. Bina Rena Pariwisata.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA*, 241-246.
- 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), 235-240.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>.
- Jensen, & Meckling. (1976). The Theory of The Firm: Manajerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economics*, 3:305-360.
- Johnson, S., La Porta, R. L., Lopez-de-Silanes, F., & and Shleifer, A. (2000). Tunneling. *American Economic Review*, 90(2), 22-27. <https://doi.org/10.1257/aer.90.2.22>.

- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No.12.
- Klassen, K., Petro, L. & Devan M. (2013). Transfer Pricing: Strategies, Practices, and Tax Minimazation. *Journal of Tax Excecutive Institute (TEI)*. The University of Illionis.
- Kurniawan, A. M. (2015). *Transfer Pricing Untuk Kepentingan Pajak*. Penerbit Andi.
- Kusuma, H., & Wijaya, B. (2017). Drivers Of The Intensity Of Transfer Pricing : An Indonesian Evidence. *Proceedings Of The Second American Academic Research Conference On Global Business, Economics, Finance And Social Sciences (New York Conference)*.
- Lassmann, A., Zoller, R. & Benedikt, M. M. (2019). Decomposing the Margins of Transfer Pricing. *Kof Swiss Economic Institute Working Paper*. No. 450.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2018*. Penerbit Andi.
- Marfuah, M., & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18(2), 156-165. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art6>.
- Marfuah, S., Nurlaela, S., & dan Wijayanti, A. (2019). Beban Pajak, Nilai Perusahaan Dan Exchange Rate Dan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ekonomi Paradigma*, 21(01), hal. 73-81. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/PRM/article/view/161/0>.
- Menteri Keuangan. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 7/PMK.03/2015 Tentang Tata Cara Pembentukan dan Pelaksanaan Kesepakatan Harga Transfer (*Advance Pricing Agreement*). (2015). Indonesia.
- Nazihaha, A., Azwardi & Fuadah, L. L. (2019). The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies* 5/1.
- Nugraheni, N., Huda , M. K., & Kamarudin, K. (2017). The Problem of Transfer Pricing in Indonesia Taxation System. *International Journal of Economics and Financial Issues*.
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 543-555.
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Insentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant Dan Good Corperate GORVERNANCE Terhadap Transaksi Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*.
- Saifudin, & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Emiten Bei. *Agregat*, 2(1), 32-43. <https://doi.org/10.22236/agregat>.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1000-1029.

- Setiawan, H. (2014). *Transfer Pricing dan Risikonya Terhadap Penerimaan Negara*. kemenkeu.go.id.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sundari, B. & Susanti, Y. (2016). Transfer Pricing Practices: Empirical Evidence From Manufacturing Companies In Indonesia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, Volume 11 Issue 2.
- Susanti, A. & Firmansyah, A. (2018). Determinants of Transfer Pricing decisions in Indonesia manufacturing companies. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 22 No.2.
- Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.329>.
- Tiwa, E. M., Saerang, D. P. E., & Tirayoh, V. Z. (2017). Pengaruh Pajak Dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2666-2675. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.17105>.
- Utari, D. (2019). Construction The Meaning Of Transfer Pricing Using Ricoeur Hermeneutical Approach. *The International Journal of Accounting and Business Society* Vol.27, No.1.
- Uyar, Metin. (2014.) A Study on Accounting of Transfer Pricing and Its Effect on Taxation. *Journal Accounting and Finance Research*, Vol. 3, No.1.
- Wicaksananingtyas, C. A., & Sari, S. P. (2019). Pengaruh Effective Tax Rate , Nilai Tukar , Tunneling Incentive , Dan Mekanisme Bonus Terhadap Harga Transfer The 9 th University Research Colloquium 2019 Universitas Muhammadiyah Purworejo. *The 9th University Research Colloquium (Urecol)*, 9(3).
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XV Banjarmasin*.