

BEBAN PAJAK, NILAI TUKAR, DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2019)

Widiastuti¹, Ela Fauziah², Fikko Bangun Persada³
Universitas Pelita Bangsa

*Korespondensi: widiastuti@pelitabangsa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, salah satu cara perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar yaitu dengan cara memperkuat aliansi strategis, melakukan transaksi dan bahkan melakukan praktek *transfer pricing* dengan perusahaan afiliasi di berbagai negara di dunia. *transfer pricing* adalah transaksi pertukaran, pembelian maupun penjualan yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang memiliki hubungan istimewa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh beban pajak nilai tukar dan *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 yaitu sebanyak 189 perusahaan dengan teknik pengambilan *purposive sampling* dan menghasilkan 27 sampel perusahaan untuk diuji. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) beban pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing* dengan nilai β -0.240 dan nilai signifikansi 0.041, (2) nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing* dengan nilai β -0.293 dan nilai signifikansi 0.030, (3) *tunneling incentive* berpengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing* dengan nilai β -1.105 dan nilai signifikansi 0.000. hasil simultan pada analisis ini menunjukkan bahwa variabel beban pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Kata kunci : *Transfer Pricing, Beban Pajak, Nilai Tukar, Tunneling Incentive.*

ABSTRACT

The goal of a company is to get the maximum profit, one way for the company to get a big profit, namely by strengthening strategic alliances, conducting transactions and even conducting transfer pricing practices with affiliated companies in various countries in the world. transfer pricing is an exchange, purchase or sale transaction made by multinational companies that have a special relationship. The purpose of this study was to determine the effect of exchange rate tax expense and tunneling incentives on the company's decision to carry out transfer pricing at manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. The population of this research is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019, namely as many as 189 companies with purposive sampling technique and resulted in 27 company samples to be tested. The analysis technique used is multiple regression analysis. The results showed that (1) the tax burden has a significant negative effect on transfer pricing with a value of β -0.240 and a significance value of 0.041, (2) the exchange rate has a significant negative effect on transfer pricing with a value of β -0.293 and a significance value of 0.030, (3) tunneling Incentive has a significant negative effect on transfer pricing with a value of β -1.105 and a significance value of 0.000. Simultaneous results in this analysis show that the variavels of tax burden, exchange rates and tunneling incentives have an effect on transfer pricing with a significance value of 0.000.

Keywords: *Transfer Pricing, Tax Expenses, Exchange Rates, Tunneling Incentive*

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi adalah suatu perubahan di dalam perekonomian dunia yang bersifat mendasar yang akan berlangsung terus menerus dalam laju yang semakin pesat mengikuti kemajuan teknologi yang juga prosesnya semakin cepat, perkembangan ini telah meningkatkan kadar hubungan saling ketergantungan dan juga mempertajam persaingan antar negara, tidak hanya dalam perdagangan internasional tetapi juga dalam kegiatan investasi, finansial dan produksi, di Indonesia sendiri banyak perusahaan nasional yang berubah menjadi perusahaan multinasional dengan mendirikan anak perusahaan di berbagai negara, yang bertujuan untuk memperkuat aliansi strategis dan mempermudah dalam melakukan transaksi-transaksi perdagangan internasional, sehingga mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan adanya transaksi internasional tersebut, perusahaan secara tidak langsung akan menghadapi permasalahan diantaranya seperti terjadinya perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, hal inilah yang memicu timbulnya *transfer pricing* (Mulyani et al., 2020).

Transfer pricing merupakan isu yang sensitif dalam dunia bisnis maupun ekonomi secara global terutama dalam perpajakan, aktivitas dari *transfer pricing* dilakukan dengan menentukan jumlah penghasilan dan penerimaan pajak di negara pengekspor maupun negara pengimpor. *Transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan multinasional yang memiliki hubungan istimewa (Tania & Kurniawan, 2019). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menyatakan Peraturan Menteri Keuangan No.22/PMK.03/2020 yang efektif sejak tanggal 18 Maret 2020 yang menggantikan peraturan sebelumnya, mengatur mengenai penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*Arm's Length Principle/ALP*), dalam Pasal 8 ayat (1) disebutkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang digunakan untuk pengujian material atas permohonan *Advance Pricing Agreement* (APA) diterapkan untuk menentukan kewajaran harga transfer (*transfer pricing*). Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha diterapkan dengan membandingkan “kondisi dan indikator harga transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa dengan kondisi dan indikator harga transaksi independen yang sebanding”.

Dengan adanya peraturan tersebut seharusnya menjadi batasan perusahaan untuk tidak melakukan kecurangan, tetapi pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang menjadikan *transfer pricing* sebagai jalan untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan, khususnya bagi perusahaan multinasional yang mempunyai jaringan operasi diberbagai negara, skema ini dianggap sebagai alternatif terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam bidang mengelola resiko dan biaya yang ditimbulkan dari ketidaksempurnaan struktur pasar di negara-negara mitra kerjasama (Dewi & Mustikasari, 2020).

Menurut Prof Dr Mardiasmo (2018) definisi pajak mengandung unsur diantaranya, iuran dari rakyat kepada negara, iuran tersebut berupa uang bukan barang, pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang, dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara yaitu pengeluaran–pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat. Hubungan antara pajak dengan *transfer pricing* apabila dilihat dari sisi pemerintah diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena transaksi yang dilakukan perusahaan multinasional tersebut cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Seringkali *transfer pricing* diidentikkan dengan adanya manipulasi terhadap angka pajak dalam suatu perusahaan yang sulit dielakkan hingga saat ini perusahaan multinasional mempraktikkan *transfer pricing* untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah, hal ini dilakukan dengan berbagai cara, seperti memanipulasi penetapan harga suatu barang atau jasa terhadap keuntungan yang diperoleh, pemanfaatan celah-celah yang terkandung dalam peraturan-peraturan yang ada, dan adanya kerjasama dengan sumber daya manusia dalam perpajakan sehingga mengabaikan etika perpajakan dan menganggapnya bukan termasuk sebuah pelanggaran (Wijaya & Widianingsih, 2019).

Dilansir dalam forum ortax pada tanggal 08 Jul 2019. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mendalami dugaan penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang dilakukan perusahaan batu bara PT Adaro Energy Tbk dengan skema *transfer pricing* melalui anak perusahaan yang berada di Singapura. PT. Adaro diindikasikan melarikan pendapatan dan labanya ke luar negeri sehingga dapat menekan pajak yang

dibayarkan kepada pemerintah Indonesia. Menurut global witness, cara ini dilakukan dengan menjual batu bara dengan harga murah ke anak perusahaan adaro di Singapura, *coaltrade services international* untuk dijual lagi dengan harga tinggi. Melalui perusahaan itu, *Global Witness* menemukan potensi pembayaran pajak yang lebih rendah dari seharusnya dengan nilai 125 juta dolar AS kepada pemerintah Indonesia. Di samping itu, global witness juga menunjuk peran negara suaka pajak yang memungkinkan adaro mengurangi tagihan pajaknya senilai 14 juta dolar AS per tahun.

Contoh lain kasus *transfer pricing* terbaru adalah pada perusahaan minuman bersoda the Coca-Cola Co dengan otoritas pajak Amerika Serikat (AS) *Internal Revenue Service* (IRS). Kasus ini bermula dari adanya surat pemberitahuan kurang bayar pada September 2015 sebesar US\$3,3 miliar untuk periode 2007 hingga 2009, sebelum akhirnya berujung ke Pengadilan Pajak AS. Dalam sidang terakhir kasus bernomor *Coca-Cola Co. v. Commissioner, T.C., No. 31183-15*, IRS berpendapat pajak terutang Coca Cola seharusnya senilai US\$9,4 miliar dalam kurun waktu tiga tahun tersebut. Pada 10 April 2019 lalu, IRS akhirnya menyampaikan balasan singkat berupa ikhtisar kepada Pengadilan Pajak. Analisis IRS didasarkan pada penggunaan metode *Critical Path Method* (CPM) berdasarkan ketentuan yang tertera di *Section 482* (T.D. 8552) dalam *US Code*. Menurut Coca-Cola, metode tersebut tidak secara tepat mengalokasikan semua tingkat pengembalian dari aset tidak berwujud *supply point* tersebut ke perusahaan induk yang merupakan Wajib Pajak AS. Sebaliknya, IRS menolak interpretasi Coca Cola dan menyatakan bahwa CPM memberikan tingkat pengembalian yang konsisten dengan fungsi aset, dan risiko untuk *supply point* yang hanya menjalankan aktivitas bisnis rutin perusahaan.

Sedangkan menurut IRS Argumen Coca-Cola bertumpu pada premis yang salah. Hal ini disebabkan oleh atribusi Coca-Cola Co. sebagai pemilik sah dari sebagian besar merek dagang yang lisensinya digunakan oleh *supply point* yang menganggap bahwa pengalokasian laba dilakukan dasarkan tingkat pengembalian aset tidak berwujud yang dilisensikan dan menganggap *supply point* tersebut hanya menjalankan aktivitas pembotolan dan bukan pemilik aset tak berwujud. Di sisi lain, menurut *Tax Notes International Vol. 94 No. 4.* (kaw) ada satu dugaan kekurangan dalam analisis IRS yang menggunakan pendekatan tingkat harga kewajaran atas laba dari perusahaan pembotolan independen lainnya. Hal ini dikarenakan rasio yang terlalu tinggi dan tidak wajar antara aset tidak berwujud dengan aset operasional berwujud dari *supply point* Coca-Cola tersebut dibandingkan pembanding independennya. Padahal, berdasarkan ketentuan yang diakui oleh IRS, yakni *Section 482*, tingkat pengembalian atas modal sebagai indikator tingkat laba wajar antara perusahaan yang diuji dengan pihak independen seharusnya nilainya hampir sama. Dengan adanya perbedaan argumen tersebut sampai belum ditemukan solusi untuk menyelesaikan kasus tersebut.

Nilai tukar merupakan nilai mata uang suatu negara yang diukur dengan mata uang luar negeri ketika berbelanja atau membeli barang di luar negeri. Nilai Tukar memiliki dua efek akuntansi, yaitu pada proses memasukan transaksi yang menggunakan mata uang asing dan pada pengungkapan laba rugi perusahaan secara keseluruhan. Nilai tukar didominasi oleh beberapa mata uang, dimana mata uang setiap negara jelas berbeda, setiap mata uang di berbagai negara pasti mengalami perubahan nilai mata uang seiring dengan perbedaan waktu, perubahan nilai mata uang inilah yang menyebabkan sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain yang lebih kuat. untuk melakukan pembayaran sehingga menjadi alasan bagi perusahaan multinasional untuk melakukan kegiatan *transfer pricing* (Cahyadi & Noviyari, 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tunneling incentive* merupakan perilaku yang dilakukan oleh pihak manajemen atau pemegang saham mayoritas untuk mentransfer aset atau keuntungan perusahaan kepada mereka sendiri demi kepentingan pribadi, namun dibebankan kepada para pemegang saham minoritas (Noviastika, 2016). Terdapat beberapa kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu perihal pengaruh pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* diantaranya seperti yang di jelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi & Noviyari (2018) menerangkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Berbeda dengan Pendapat, menurut (Junaidi & Yuniarti. Zs (2020) menerangkan dalam penelitian nya bahwa pajak

berpengaruh dalam keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* karena perbedaan aturan yang dialami perusahaan asing serta jumlah beban pajak yang di tanggung perusahaan dijadikan sebagai alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan meminimalkan jumlah beban pajak.

Dalam penelitian (Sarifah et al., 2019) menjelaskan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Widianingsih, 2019) menunjukkan bahwa nilai tukar berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko Nilai Tukar mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Dalam penelitian (Noviastika, 2016) *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* guna meningkatkan keuntungan pemegang saham terbesar bagi suatu perusahaan yang saling berhubungan. Sedangkan dalam penelitian (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020) menerangkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* hal tersebut diidentifikasi bahwa pemegang saham terbesar tidak dapat mennggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan adanya ketidaksesuaian argumen dari beberapa hasil penelitian terdahulu maka perlu diadakan penelitian ulang untuk mengetahui pengaruh pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Dalam penelitian ini penulis memilih melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur karena perusahaan ini memiliki potensi tinggi dalam melakukan transfer pricing. maka penulis memilih judul tentang **“Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”**

KAJIAN PUSTAKA

Transfer Pricing

Menurut Karianton Tampubolon dalam bukunya yang berjudul *transfer pricing* (2018) dan cara membuat *tp doc*. *Transfer pricing* adalah transaksi pertukaran produk atau jasa yang terjadi diantara entitas yang berbeda dalam satu group perusahaan, pertukaran produk diantara divisi penjual dan divisi pembeli dalam suatu entitas tidak dapat dikatakan sebagai *transfer pricing* karena secara teknis masih dalam entitas pelaporan yang sama. Menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 22/2020 penentuan harga transfer adalah penentuan harga dalam transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa. Hubungan istimewa yang dimaksud merupakan keadaan ketergantungan atau keterikatan satu pihak dengan pihak lainnya yang disebabkan oleh:

- 1) Kepemilikan atau penyertaan modal
- 2) Penguasaan
- 3) Hubungan keluarga sedarah atau semenda.

Beban Pajak

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI), pajak adalah pungutan wajib yang biasanya berupa uang, uang tersebut dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan wajib kepada negara atau pemerintah. Adanya keinginan pihak manajemen yang melakukan minimalisasi pembayaran pajak dengan melaporkan beban sekecil mungkin merupakan cara yang dilakukan dalam kegiatan perencanaan pajak (Yahya & Wahyuningsih, 2019). Para pelaku bisnis menganggap pajak sebagai beban investasi. Oleh sebab itu, sudah menjadi hal yang umum apabila perusahaan berusaha untuk menghindari beban pajak (Wulandari & Anjelika, 2022).

Nilai Tukar

Nilai Tukar suatu mata uang merupakan tingkat harga pertukaran dari satu mata uang ke mata uang yang lainnya yang dapat digunakan dalam berbagai transaksi, antara lain transaksi perdagangan

internasional, turisme, dan investasi internasional, ataupun bisa aliran uang jangka pendek antar negara, yang melewati batas-batas geografi ataupun batas-batas hukum (Fuadi, 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Exchange rate* (atau dikenal sebagai nilai tukar) adalah sebuah perjanjian yang dikenal sebagai nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau di kemudian hari, antara dua mata uang masing-masing negara atau wilayah. Jenis nilai tukar Menurut Sadono Sukirno (2011:411) terdiri dari 4 jenis yaitu:

- 1) *Selling Rate* (Nilai tukar Jual) Merupakan penentuan nilai tukar suatu mata uang asing yang dilakukan oleh pihak bank pada waktu yang ditentukan. Dalam nilai tukar jual ini dapat diartikan pihak bank diposisikan sebagai penjual sedangkan Anda diposisikan sebagai pembeli mata uang asing tersebut.
- 2) *Middle Rate* (Nilai tukar Tengah) Merupakan penjumlahan antara nilai tukar jual dan nilai tukar beli dengan mengambil nilai tukar rata-rata dibagi dua diantara keduanya. Nilai tukar tengah ini ditetapkan oleh bank sentral pada waktu yang ditentukan.
- 3) *Buying Rate* (Nilai tukar Beli) Merupakan penentuan nilai tukar nilai tukar beli ini masih tetap ditentukan oleh pihak bank. Akan tetapi pihak bank akan memposisikan sebagai pembeli mata uang asing tersebut, sedangkan Anda akan diposisikan sebagai pemegang atau penjual mata uang asing tersebut.
- 4) Nilai tukar Referensi Bank Indonesia Jenis ini mulai diterbitkan oleh bank Indonesia pada tahun 2013 lalu. Dikenal dengan istilah *Jakarta Interbank Spot Dollar Rate (JIISDOR)* dimana jenis ini merupakan cerminan nilai tukar rupiah terhadap dolar yang dipasar forex setiap hari.

Tunneling Incentive

Menurut (Tania & Kurniawan, 2019) mengatakan bahwa *tunneling incentive* dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan 21 pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak kompeten atau berkualitas lagi dalam menjalankan usahanya atau menjual asset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer (pihak terafiliasi). Menurut (Indriaswari & Nita, 2018), *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya mereka bebakan.

HIPOTESIS

Pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pajak adalah pungutan wajib yang biasanya berupa uang, uang tersebut dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan wajib kepada negara atau pemerintah, semakin kecilnya pajak yang ingin dibayarkan kepada negara maka semakin besar keinginan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Beban Pajak mejadi salah satu faktor yang mempengaruhi transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan afiliasi dengan cara menggeser keuntungan perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak yang tinggi ke negara dengan tarif pajak yang rendah atau menggeser biaya perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak yang rendah ke negara dengan tarif pajak yang tinggi, sehingga pendapatan pajak yang diterima menjadi lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan pajak yang seharusnya dapat diterima oleh negara tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Widianingsih, 2019) Variabel beban pajak diatas menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap transaksi Transfer pricing, Berdasarkan hasil pengujian pajak diperoleh nilai t-hitung sebesar $-2,561 > t\text{-tabel } 2,01410$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,044$ sedangkan taraf uji sebesar $\alpha = 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa $0,044 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel bebas beban pajak secara parsial berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* artinya semakin kecil atau rendah pajak yang ingin dibayar perusahaan maka semakin tinggi keinginan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

H1. Beban Pajak berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Nilai tukar (atau dikenal sebagai nilai tukar) adalah sebuah perjanjian yang dikenal sebagai nilai tukar mata uang terhadap pembayaran saat ini atau di kemudian hari, antara dua mata uang masing-masing negara atau wilayah. Pihak manajemen seringkali menggunakan nilai tukar mata uang untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, dapat dilihat dari laporan laba rugi selisih nilai tukar dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen memanfaatkan nilai tukar mata uang.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Widianingsih, 2019) nilai tukar berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *exchange rate* memiliki koefisien regresi sebesar 1,471 dan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari nilai $\alpha=(0,05)$. Hal ini menandakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* Hasil penelitiannya mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya nilai tukar mempengaruhi pertimbangan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

H2. Nilai Tukar berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Menurut (Tania & Kurniawan, 2019) menerangkan bahwa *Tunneling incentive* merupakan perilaku yang dilakukan oleh pihak manajemen atau pemegang saham mayoritas untuk mentransfer aset atau keuntungan perusahaan kepada mereka sendiri demi kepentingan pribadi namun dibebankan kepada para pemegang saham minoritas. Munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan praktik *transfer pricing* yaitu dapat dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar dengan tujuan untuk meminimalkan biaya transaksi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Noviastika, 2016) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,01 kurang dari nilai alpha 0,05. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin kecil atau rendahnya biaya yang ingin dikeluarkan maka semakin tinggi keinginan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

H3. *Tunneling Incentive* berpengaruh Positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*.

Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mulyani et al., 2020) Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitiannya dapat dijelaskan bahwa beban pajak, *tunneling* dan *exchange rate* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* sebesar 10,380 dengan signifikansi 0,016 berada dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pajak, *tunneling* dan *exchange rate* merupakan faktor-faktor penting yang dijadikan pertimbangan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan *transfer pricing*. Adanya perbedaan tarif pajak di setiap negara dan pemegang saham pengendali memiliki pengendalian dalam menentukan kebijakan perusahaan serta didukung dengan adanya fluktuasi nilai tukar akan menimbulkan peluang bagi perusahaan sehingga memotivasi perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing*.

H4. Beban Pajak, Nilai Tukar dan *Tunneling Incentive* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*.

METODE PENELITIAN

Dalam laporan ini, penulis meneliti sejauh mana pajak, nilai tukar, dan *tunneling incentive* yang merupakan variable independen berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* yang menjadi variabel dependen. Penelitian ini akan mengukur pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar dan *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, dengan model yang digunakan sebagai berikut :

$$TP = a + \beta_1.TX + \beta_2.ER + \beta_3.TI + \epsilon$$

Keterangan :

TP = *Transfer Pricing*

TX = Beban Pajak (*tax*)

ER = Nilai Tukar

TI = *Tunneling Incentive*

E = Eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian, pengukuran yang di gunakan dalam penelitian ini adalah ukuran frekuensi, ukuran kecenderungan berpusat (sum, mean, median, modus) dan ukuran penyebaran atau variasi. Berikut merupakan tabel hasil analisis deskriptif.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Stnd Variabel	Variance
Beban Pajak	55	,00	1,64	,6459	,33757	,114
Nilai tukar	55	,00	1,19	,2399	,27527	,076
<i>Tunneling Incentive</i>	55	,51	0,96	,7753	,13847	,019
<i>Transfer Pricing</i>	55	,00	1,35	,3882	,33730	,114

Berdasarkan tabel hasil deskriptif diatas dapat memberikan gambaran dari 135 sampel yang digunakan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa transaksi *transfer pricing* dilakukan oleh 40% perusahaan sampel atau dengan kata lain terjadi pada 55 pengamatan, hal ini berarti sebagian besar perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing*. Variabel beban pajak menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.6459. hal ini menunjukkan bahwa variabel pajak yang di proksikan dengan *effective tax rate* pada perusahaan sampel memiliki rata-rata sebesar 64,5%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki beban pajak yang cukup tinggi dengan minimum sebesar 0.00 dan maximum sebesar 1.64 serta standar deviasi sebesar 0.33757.

Variabel nilai tukar menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.2399. hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai tukar pada perusahaan sampel memiliki rata-rata 24%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel memiliki nilai nilai tukar yang rendah dengan minimum 0.00 dan maximum 1.19 serta standar deviasi sebesar 0.27527. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.7753. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sampel yang di proksikan dari kepemilikan saham pada pihak asing mempunyai nilai rata-rata sebesar 77.5% dengan nilai minimum 0.51 dan nilai maximum 0.95 serta standar deviasi sebesar 0.13847.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolineritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

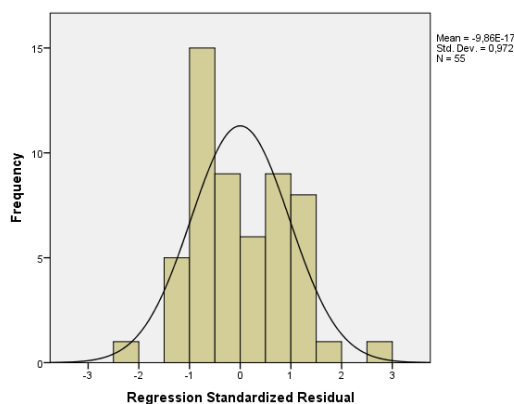
Uji Normalitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji *one-sample kolmogorov-smirnov* untuk menguji normalitas data., berikut adalah tabel hasil uji normalitas *one-sampel kolmogorove-smirnov*.

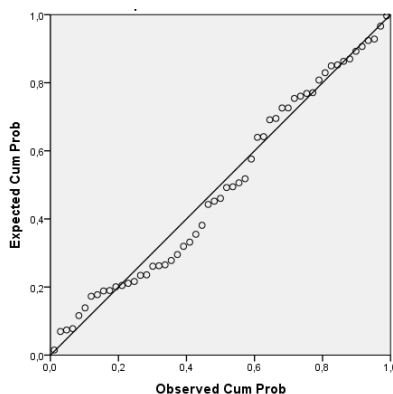
Tabel 2. Uji Normalitas *One-Sampel Kolmogorove-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,27242336
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,054
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Gambar 1. Grafik Histogram – Uji Normalitas



Gambar 2. Normal Probability Plot



Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan metode *one-sampel kolmogorove-smirnov* diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.200 > 0.05$ artinya dalam penelitian ini residual berdistribusi normal. Selain dilihat dari hasil uji normalitas menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov*, pada grafik

histogram juga dapat dilihat bahwa residual memiliki distribusi normal, tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan dan membentuk seperti sebuah lonceng yang sempurna, kemudian apabila dilihat dari grafik *normal probability plot* terlihat titik menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normal.

Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi korelasi antar variabel-variabel independen yang diteliti, model regresi yang baik adalah nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	,985	1,015	Non Multikolinieritas
Beban Pajak	,960	1,041	Non Multikolinieritas
Nilai tukar	,945	1,029	Non Multikolinieritas

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen sebagai berikut: variabel (X1) beban pajak sebesar 0.985, variabel (X2) nilai tukar sebesar 0.960 dan variabel (X3) *tunneling incentive* sebesar 0.945 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen adalah variabel (X1) beban pajak sebesar 1.015, variabel (X2) nilai tukar sebesar 1.041 dan variabel (X3) *tunneling incentive* sebesar 1.029.

Berdasarkan hasil analisa di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari multikolinieritas karena secara keseluruhan nilai tolerance masing-masing variabel tidak kurang dari 0.1 dan nilai VIF masing-masing variabel tidak lebih dari 10.

Uji Heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penulis menggunakan uji glesjer dalam uji heterokedastisitas ini dengan pedoman sebagai berikut: Jika Nilai signifikansi >0,05 berarti tidak terjadi heterokedastisitas. Jika nilai signifikansi <0,05 berarti terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas – Uji Glesjer

Variabel	Sign	Kesimpulan
Beban Pajak	0,112	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Nilai tukar	0,337	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Tunneling Incentive	0,382	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Berdasarkan tabel hasil uji heterokedastisitas di atas menunjukkan nilai sign dari masing-masing variabel independen sebagai berikut: variabel (X1) beban pajak sebesar 0.112, variabel (X2) Nilai tukar sebesar 0.337 dan variabel (X3) *tunneling incentive* sebesar 0.382 ketiga variabel tersebut mendapatkan nilai sign > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 sebelumnya, secara praktis dapat dikatakan bahwa nilai residu tidak berkorelasi dengan yang lainnya. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode durbin waston untuk melakukan uji Autokorelasi.

Pedoman dalam melakukan uji autokorelasi ini adalah sebagai berikut:

- a) $d < d_L / d > 4 - d_L$ (Terdapat Autokorelasi)
- b) $d_U < d < 4 - d_U$ (Tidak terdapat Autokorelasi)

c) $dl < d < du / 4-du < d < 4-du$ (Tidak ada kesimpulan)

Berikut adalah tabel hasil uji autokorelasi – durbin waston :

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi - Durbin Waston

Model	Durbin waston	Kesimpulan
1	1.619	Tidak terjadi autokorelasi

Berdasarkan tabel hasil autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai durbin waston pada penelitian ini sebesar 1.619, sesuai dengan ketentuan dari uji autokorelasi durbin waston bahwa dengan N sebanyak 55 dan jumlah variabel adalah 3. Maka nilai dl dari penelitian ini adalah sebesar 1.4523 dan nilai du adalah sebesar 1.6815. dapat di tarik kesimpulan bahwa $dl (1.4523) < d (1.619) < 4-du (2.3185)$ berarti dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Analisa Regresi Berganda (*Regression Analysis*)

Setelah melakukan uji normalitas terhadap setiap persamaan dalam penelitian ini, selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisa regresi berganda, tujuan dari analisa ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara setiap variabel sehingga mendapatkan kesimpulan untuk menguji hipotesis dan untuk mengestimasi nilai-nilai populasi.

Tabel 8. Hasil Analisa Regresi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,587 ^a	,344	,306	,28102

Tabel 9. Hasil Analisa Regresi Berganda

Model	Beta	Thitung	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	6,331	,000	
	TX1	-,240	,041	Berpengaruh
	TX2	-,258	,030	Berpengaruh
	TX3	-,454	,000	Berpengaruh

Berdasarkan tabel hasil analisa regresi berganda (Tabel 8) diatas, nilai R sebesar 0.587, berarti secara keseluruhan hubungan setiap variabel dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang kuat. Berdasarkan tabel hasil analisa regresi berganda (Tabel 9) diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = 1.474 - 0.240 X_1 - 0.293 X_2 - 1.105 X_3 + \epsilon$$

Persamaan tersebut mengandung arti:

Koefisien (X1) beban pajak sebesar -0.240 artinya setiap 1 unit nilai X1 dapat mengurangi nilai (Y) *transfer pricing* sebesar -0.240

1. Koefisien (X2) nilai tukar sebesar -0.293 artinya setiap 1 unit nilai X2 dapat mengurangi nilai (Y) *transfer pricing* sebesar -0.293
2. Koefisien (X3) sebesar -1.105 artinya setiap 1 unit nilai X3 dapat mengurangi nilai Y sebesar -1.105
3. Konstanta 1.474 artinya jika nilai X1, X2, X3 = 0 maka nilai (Y) *transfer pricing* = 1.474

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi melihat dan memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variable Y. berikut adalah tabel hasil uji t dalam program SPSS Statistic v.22.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	,344	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 10, dipengaruhi nilai koefisien Rsquare sebesar 0.344 atau 34.4%, jadi dapat diambil kesimpulan besarnya variabel harga terhadap loyalitas konsumen sebesar 0.344 atau 34.4%.

Uji T

Uji statistik T bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara satu variabel independen dengan variabel dependen, dalam penelitian ini penulis menggunakan pedoman signifikansi level 0.05 ($\alpha=5\%$) untuk beban pajak, nilai tukar dan *tunneling Incentive*. berikut adalah tabel hasil uji t dalam program SPSS Statistic v.22.

Tabel 11. Hasil Uji T

Model	Beta	Thitung	Sig.	Keterangan
1 (Constant)		6,331	,000	
TX1	-,240	-2,101	,041	Berpengaruh
TX2	-,258	-2,231	,030	Berpengaruh
TX3	-,454	-3,945	,000	Berpengaruh

Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel beban pajak (X1) diperoleh nilai t hitung $-2.101 > T$ tabel 2.008 dengan nilai signifikansi sebesar 0.041, sedangkan taraf uji sebesar $\alpha=0.05$ sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa $0.041 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain variabel beban pajak secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

1. Variabel nilai tukar (X2) diperoleh nilai t hitung $-2.231 > T$ tabel 2.008 dengan nilai signifikansi sebesar 0.030, sedangkan taraf uji sebesar $\alpha=0.05$ sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa $0.030 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain variabel nilai tukar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.
2. Variabel *tunneling incentive* (X3) diperoleh nilai t hitung $-3.945 > T$ tabel 2.008 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, sedangkan taraf uji sebesar $\alpha=0.05$ sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain variabel *tunneling incentive* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Uji F

Uji statistik F bertujuan untuk menguji apakah keseluruhan variabel (X1, X2, X3) secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dan untuk menguji apakah dua buah sampel mempunyai varians populasi yang sama atau tidak, dalam penelitian ini penulis menggunakan pedoman signifikansi level 0.05 ($\alpha=5\%$). berikut adalah tabel hasil uji t dalam program SPSS Statistic v.22.

Tabel 12. Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
1 Regression	8,931	,000 ^b	Berpengaruh
Residual			
Total			

Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh beban pajak (x1), nilai tukar (x2) dan *tunneling incentive* (x3), terhadap *transfer pricing* (y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$, dan F hitung sebesar $8.931 >$ dari F tabel sebesar 2.79, hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ketiga variabel beban pajak (x1), nilai tukar (x2) dan *tunneling incentive* (x3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* (y).

Pembahasan

Pengaruh Beban Pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*

Dalam penelitian ini mengidentifikasi bahwa semakin kecil pajak yang ingin di bayarkan oleh perusahaan kepada negara maka semakin besar keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, karena hal tersebut maka pendapatan pajak suatu negara semakin kecil. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2019) dalam penelitiannya nya hasil uji koefisien regresi berganda menunjukkan nilai negatif sebesar -0.116 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.444 < 0.05$. hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Nilai tukar terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*

Dalam penelitian ini nilai tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, hal tersebut dikarenakan seringkali para pihak manajemen menggunakan nilai tukar mata uang untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, dapat dilihat dari laporan laba rugi selisih nilai tukar dari aktivitas operasi dan laba rugi sebelum pajak mewakili bagaimana tingkat kecenderungan pihak manajemen memanfaatkan nilai tukar mata uang. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sarifah et al., 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa nilai tukar berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* hasil pengujian menunjukkan koefisien regresi sebesar 1.471 dan nilai signifikansi sebesar $0.032 < 0.05$

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*

Dalam penelitian ini *tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, dikarenakan para pemegang saham pengendali lebih memilih melakukan *tunneling incentive* untuk menekan biaya transaksi dengan alasan hubungan istimewa antara pemegang saham pengendali dengan para pemegang saham minoritas. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mulyani et al., 2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa hasil signifikansi *tunneling incentive* memiliki nilai sebesar $0.010 < 0.05$, hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive*.

Pengaruh Beban Pajak, Nilai Tukar dan *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.

Berdasarkan hasil penelitian variabel beban pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh beban pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, maka dapat ditrik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel beban pajak menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan nilai negatif sebesar -0.240 dengan tingkat signifikansi $0.041 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung mengurangi beban pajaknya dengan mengalihkannya ke negara alifiasi yang tarif pajaknya lebih rendah dengan melakukan *transfer pricing*.
2. Variabel nilai tukar menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan nilai negatif sebesar -0.293 dengan tingkat signifikansi $0.030 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan cenderung memanfaatkan nilai tukar untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melakukan *transfer pricing*.

3. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* nilai negatif sebesar -1.105 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa para pemegang saham mayoritas sering kali melakukan penekanan biaya transaksi dengan melakukan *transfer pricing* kepada para pemegang saham minoritas dengan memanfaatkan hubungan istimewa.
4. Variabel beban pajak, nilai tukar dan *tunneling incentive* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

SARAN

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran diantaranya:

1. Untuk mengambil bahan penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mencari bahan selain di website idx, seperti pada website perusahaan sampel, biasanya perusahaan selalu mencantumkan informasi keuangan pada websitenya sehingga memudahkan para pemegang kepentingan untuk menggunakan dan mengolah informasi yang telah disediakan.
2. Untuk teori yang dijadikan dasar penelitian, peneliti selanjutnya dapat menemukan materi dalam *e-book* baik yang gratis maupun berbayar.
3. Untuk kecilnya nilai r-square, penulis selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* diantaranya seperti profitabilitas dan ukuran perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fuadi, A. (2020). Inflasi dan Nilai Tukar Terhadap Indeks saham Syariah Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Pelita Bangsa*, 1-12.
- Cahyadi, A. S., & Noviyari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 1441. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p23>
- Dewi, R., & Mustikasari, E. (2020). Analisis Penanganan Manipulasi Transfer Pricing Perpajakan Dalam Menjawab Tantangan Global. *E-JURNAL AKUNTANSI*. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i02.p14>
- 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*.
- Indriawari, Y. N., & Nita, R. A. (2018). The influence of tax, tunneling incentive, and bonus mechanisms on transfer pricing decision in manufacturing companies. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.14414/tiar.v7i1.957>
- Junaidi, A., & Yuniarti, Zs, N. (2020). PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, DEBT COVENANT DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN TRANSFER PRICING. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.530>
- Mulyani, H. S., Prihartini, E., & Sudirno, D. (2020). Analisis Keputusan Transfer Pricing Berdasarkan Pajak, Tunneling dan Exchange Rate. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20(2). <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.756>
- Noviastika, D. (2016). PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP INDIKASI MELAKUKAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (STUDI PADA BURSA EFEK INDONESIA YANG BERKAITAN DENGAN PERUSAHAAN ASING). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 8(1).
- Prof Dr Mardiasmo. (2018). *Perpajakan edisi terbaru*. CV Andi Offset.

- Sarifah, D. A., Probowulan, D., & Maharani, A. (2019). *DAMPAK EFFECTIVE TAX RATE (ETR), TUNNELING INCENTIVE (TNC), INDEKS TREND LABA BERSIH (ITRENDLB) DAN EXCHANGE RATE PADA KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)*. 9(2).
- Tania, C., & Kurniawan, B. (2019). *PAJAK, TUNNELING INCENTIVE, MEKANISME BONUS DAN KEPUTUSAN TRANSFER PRICING*.
- Wijaya, F. V., & Widianingsih, L. P. (2019). The Impact of Tax, Exchange Rate, Tunneling Incentive and Firm Size on Transfer Pricing (Empirical Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange for Years 2014-2018). *JOURNAL OF ACCOUNTING, ENTREPRENEURSHIP AND FINANCIAL TECHNOLOGY (JAEF)*, 1(2), 149–166. <https://doi.org/10.37715/jaef.v1i2.1466>
- Wulandari, D. S., & Anjelika, M. (2022). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Biaya Operasional terhadap Pajak Penghasilan Terutang Badan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015 – 2017*.
- Yahya, A., & Wahyuningsih, D. (2019). PENGARUH PERENCANAAN DAN ASET PAJAK TANGGUHAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DAN KONSTRUKSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013 – 2017. *Sosiobumanitas*, 86-92.