

PENGARUH BEBAN PAJAK DAN MEKANISME BONUS TERHADAP *TRANSFER PRICING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Pinta Almeg Yanti Ndraha¹, Ilham Hidayah Napitupulu², Khanti Listya³

Akuntansi Keuangan Publik^{1,2,3}, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

pintaalmegyantindraha@students.polmed.ac.id¹, ilhamnapitupulu@polmed.ac.id²,

khantilisty@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh beban pajak dan mekanisme bonus, terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *Basic Material*, *Consumer Cyclical*, *Consumer Non Cyclical*, *Health Care*, dan *Industrial* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yaitu laporan tahunan keuangan perusahaan yang dapat diakses melalui *website* Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memiliki 472 perusahaan manufaktur sektor *Basic Material*, *Consumer Cyclical*, *Consumer Non Cyclical*, *Health Care*, dan *Industrial* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023 sebagai populasi. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang didapat sebanyak 44 perusahaan dengan periode pengamatan 6 tahun, sehingga jumlah data pada penelitian ini sebanyak 264 data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Kemudian variabel beban pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan dan *transfer pricing* diuji menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kata Kunci : Beban pajak, Mekanisme Bonus, *Transfer Pricing*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, dunia bisnis berkembang sangat pesat. perkembangan ini berdampak pada perusahaan-perusahaan yang awalnya hanya beroperasi di tingkat nasional dan kini menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memiliki entitas induk atau cabang di lebih dari satu negara (Nisa et al., 2022). Menurut Saputra et al (2020) Perusahaan multinasional disebut sebagai perusahaan yang berorientasi pada keuntungan yang tentu saja perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan laba yang maksimal melalui berbagai cara, terutama melalui efisiensi biaya. Hal ini mungkin tidak menjadi masalah jika hanya terjadi pada perusahaan dalam satu negara karena pengeluaran dan biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah diukur. Namun, hal ini berbeda untuk perusahaan multinasional karena akan sulit untuk menentukan harga jual dan biaya yang dikeluarkan dalam rangka pemantauan dan mengukur kinerja perusahaan (Refgia Thesa, 2017). Selain itu, adanya transaksi barang dan jasa yang terjadi pada perusahaan multinasional yang memiliki hubungan istimewa menjadi alasan utama mengapa dilakukannya kegiatan yang disebut *transfer pricing* dalam rangka menentukan harga. *Transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transfer atau transaksi barang, jasa, aset tak berwujud dan transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan (Indriaswari & Aprilia, 2018).

Salah satu kasus terbaru *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia adalah dugaan penghindaran pajak melalui ekspor bijih nikel ilegal ke China. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menemukan perusahaan-perusahaan terlibat dalam praktik *transfer pricing* dengan memanfaatkan kelemahan dalam Sistem Mineral Batu Bara (Simbara) yang diluncurkan pada Maret 2022. Dalam kasus ini, pembeli bijih nikel diduga memiliki smelter dan izin usaha pertambangan (IUP), yang membuka peluang manipulasi volume dan penghindaran pajak. Praktik ini menyebabkan kerugian besar bagi penerimaan negara, dengan selisih nilai ekspor mencapai Rp 14,5 triliun dan potensi kekurangan

pendapatan negara dari royalti dan bea keluar sekitar Rp575 miliar (Suyanto & Associates, 2023). Kasus ini menegaskan bahwa perusahaan dengan kapasitas besar dan integrasi vertikal cenderung memiliki lebih banyak peluang untuk melakukan penghindaran pajak melalui skema *transfer pricing*.

Keputusan dalam melakukan *transfer pricing* di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti beban pajak (Syach et al., 2022; Rafiqah Asaff, 2022; Wijaya & Widianingsih, 2019; Fuadah & Nazihah, 2019), dan ukuran perusahaan (Alexandria & Radianto, 2023; Sari et al., 2021; Arifin & Saputra, 2018).

Penggunaan kebijakan *transfer pricing* saat ini telah bertransformasi sebagai isu pajak internasional dimana kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan berskala global (Nisa et al., 2022). Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008, 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. Para ahli juga berpendapat bahwa *transfer pricing* tidak hanya menjadi masalah bagi perusahaan, tetapi juga dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk menyalahgunakan pajak untuk mengejar keuntungan yang tinggi (Nisa et al., 2022). Untuk perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan di negara dengan tarif pajak yang tinggi, hal ini akan menjadi masalah karena mereka akan membayar pajak lebih banyak, sehingga laba bersih yang diperoleh akan lebih sedikit (Sarifah et al., 2019). Tingginya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* (Nadiyah Adilah et al., 2022). Perusahaan juga akan berusaha untuk melakukan tindakan memaksimalkan laba dengan melakukan manajemen pajak sehingga perusahaan mampu menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan (Wijaya & Widianingsih, 2019). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuadah & Nazihah, (2019); Tania & Kurniawan, (2019); Nafiati et al., (2023); dan Rafiqah Asaff, (2022) yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah beban pajak yang dibayarkan perusahaan kepada negara maka perusahaan-perusahaan multinasional yang berorientasi pada laba usaha semakin terpicu untuk melakukan berbagai cara untuk meminimalisir jumlah beban pajak yang harus dibayar dengan menerapkan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan berskala internasional tentunya akan memiliki anak perusahaan atau cabang yang tersebar di beberapa negara sehingga hal ini dapat dimanfaatkan untuk menggeser laba dari perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif yang lebih rendah sehingga beban pajak yang harus dibayar pun akan berkurang (Nafiati et al., 2023). Namun menurut penelitian Arifin & Saputra, (2018); Agustiniingsih et al., (2022); Cahyani et al., (2023), dan Rachman & Romadhina, (2023) menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena adanya peraturan dari pemerintah yang mengharuskan penggunaan nilai pasar wajar dalam transaksi dengan pihak afiliasi/pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Besar kecilnya beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan tidak dapat memastikan bahwa perusahaan melakukan *transfer pricing*, atau bisa juga disebabkan oleh penjagaan petugas pajak terhadap perusahaan semakin ketat (Agustiniingsih et al., 2022). Lebih lanjut dalam Rachman & Romadhina (2023), perusahaan juga dapat melakukan cara lain untuk melakukan mekanisme penghematan pajak dengan melakukan kegiatan *tax planning* dengan cara mengefisienkan beban pajak seminimal mungkin sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada direksi atau manajemen ketika perusahaan memperoleh laba (Purwanto dan Tumewu, 2018). Dengan *transfer pricing*, manajemen dapat melakukan tindakan untuk meminimalkan pajak, meningkatkan bonus, serta mengalihkan sumber daya perusahaan ke perusahaan afiliasinya (Fuadah & Nazihah, 2019). Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lorensius & Aprilyanti, (2022); Tania & Kurniawan, (2019) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja direksi dalam mengelola perusahaannya. Semakin besar laba yang diterima perusahaan, pemilik perusahaan menganggap bahwa dewan direksi telah melaksanakan tugasnya dengan baik sehingga citra dewan direksi akan semakin baik, dengan demikian pemilik perusahaan akan memberikan bonus kepada direksi (Darmawati & dan Muslichah, 2022). Untuk itu manajemen dapat meningkatkan laba perusahaan

dengan melakukan *transfer pricing*. Menurut penelitian Lorensius & Aprilyanti, (2022); dan Indriaswari & Aprilia, (2018) menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh, hal ini dikarenakan teori keagenan yang menganggap bahwa manusia memiliki sifat egois kemudian mengelola sebagai agen, menganggap bahwa kepentingan pribadi selalu diprioritaskan, dan didasarkan pada teori akuntansi positif dan asumsi program bonus bahwa bonus yang diperoleh didasarkan pada keuntungan dari perusahaan secara keseluruhan dari perspektif perusahaan, tingkat kesempatan perusahaan untuk memperoleh dividen tidak mengarahkan manajemen untuk mengambil keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Darmawati & Muslichah (2022) dengan pembeda yakni menambahkan variabel beban pajak pada variabel independen untuk mengukur pengaruhnya terhadap *transfer pricing* dengan, dengan fokus pada perusahaan manufaktur sektor *Basic Materials, Consumer Cyclicals, Consumer Non Cyclicals, Health Care*, dan Industrial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Beban Pajak dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory

Agency Theory mengungkapkan suatu sikap perusahaan yang dilihat berdasarkan pandangan terhadap kontrak antara pemegang saham, manajemen, kreditur, pemerintah serta pihak lainnya yang memiliki kepentingan di perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) mengemukakan teori keagenan yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

Positive Accounting Theory

Menurut Watts dan Zimmerman (1986) dalam jurnalnya *Positive Accounting Theory* menjelaskan bahwa Teori Akuntansi Positif merupakan penjelasan atau penalaran untuk menunjukkan secara ilmiah kebenaran suatu peristiwa akuntansi. Teori akuntansi positif juga menyediakan seperangkat prinsip yang luas agar dapat menjelaskan, yang berarti memberikan jawaban terhadap praktik akuntansi yang berlaku serta dapat memprediksi fenomena yang terjadi (Hery, 2017:106-1070). Teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu: (1) Hipotesis Rencana Bonus (*Bonus Plan Hypothesis*), (2) Hipotesis Perjanjian Hutang (*Debt Debt Covenant Hypothesis*), (3) Hipotesis Biaya Politik (*Political Cost Hypothesis*). Hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis Rencana Bonus (*Bonus Plan Hypothesis*).
- 2) Hipotesis Kontrak Hutang (*Debt Covenant Hypothesis*).
- 3) Hipotesis Biaya Politik (*Political Cost Hypothesis*).

Transfer pricing

Transfer pricing secara umum dapat diartikan sebagai harga yang ditetapkan pada sebuah barang atau jasa pada saat melakukan transaksi antar divisi atau kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Menurut PMK Nomor 22/PMK.03/2020 Tentang Cara Pelaksanaan Kesepakatan Harga Transfer (*Advance Pricing Agreement (APA)*) Pada Pasal 1 Nomor 5 yang menyatakan, bahwa Kesepakatan Harga Transfer adalah perjanjian tertulis antar Direktur Jendral Pajak dan Wajib Pajak atau Direktur Jendral Pajak dengan otoritas pajak pemerintah Mitra P3B yang melibatkan Wajib Pajak, sebagaimana dimaksud dalam pasal 18 ayat (3a) Undang-Undang mengenai Wajib Pajak Penghasilan untuk menyepakati kriteria-kriteria dalam penentuan harga transfer dan/atau menentukan harga wajar atau laba wajar dimuka. Mengacu pada penelitian Darmawati & Muslichah, (2022) *transfer pricing* diukur dengan rumus:

$$\text{RPT} = \frac{\text{Total Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$$

Beban Pajak

PSAK 46 (2018) menjelaskan bahwa beban pajak adalah pajak yang dibebankan kepada wajib pajak orang pribadi atau badan yang harus disetorkan kepada negara sebagai pendapatan negara. Beban pajak merupakan gabungan jumlah pajak kini dan pajak tangguhan yang digunakan untuk menentukan laba/rugi suatu periode tertentu. Menurut Baroroh et al., (2021) beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa, digunakan untuk memasukan negara dan tidak mendapat timbal balik secara langsung. Mengacu pada penelitian Darmawati & Muslichah, (2022) dan Lorensius & Aprilyanti, (2022) beban pajak diukur dengan rumus:

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

Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap memiliki kinerja baik setiap tahun serta apabila perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut Chalimatussa'diyah et al., (2020) mekanisme bonus adalah hadiah tambahan atau hadiah yang diberikan kepada karyawan yang sudah berhasil mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan yang dalam pemberian bonus tersebut didasarkan pada laba perusahaan. Menurut Tania & Kurniawan, (2019) mekanisme bonus adalah imbalan yang diberikan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja direksi itu sendiri. Mengacu pada penelitian Darmawati & dan Muslichah, (2022) mekanisme bonus diukur dengan rumus:

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

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data yang digunakan berupa data kuantitatif laporan keuangan perusahaan yang diambil dari *website* Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka alat analisis utama yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti dan membuat kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yaitu menggunakan statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023 yaitu *sektor basic materials, consumer cyclicals, consumer non cyclicals, health care*, dan industrial sebanyak 472 perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dari populasi yang berdasarkan persyaratan dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan dan didapatkan sebanyak 44 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor *Basic Materials, Consumer Cyclicals, Consumer Non Cyclicals, Health Care*, dan Industrial yang terdaftar di Bursa Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang listing selama tahun 2018-2023.
3. Perusahaan-perusahaan tersebut melaporkan laporan keuangan ke Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2023.
4. Perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Indonesia.
5. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode penelitian. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mengalami kerugian tidak memiliki kewajiban pajak sehingga variabel beban pajak menjadi tidak relevan.
6. Perusahaan dimiliki oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih sesuai dengan PSAK No. 15.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 25.

$$Y = a + b_1.BP + b_2.MB + b_3.UP + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.615	.608		1.011	.314		
	Beban Pajak	3.316	.955	.295	3.471	.001	.974	1.027
	Mekanisme Bonus	-.246	.129	-.163	-1.912	.058	.974	1.027

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Hasil uji T pada variabel beban pajak yang diprosikan dengan ETR nilai signifikannya sebesar 0,001 yang berarti beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien beban pajak yang diprosikan dengan ETR yang bernilai 0,955 yang menunjukkan bahwa setiap variabel beban pajak (X1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka *transfer pricing* (Y) naik sebesar 0,955.

Hasil uji T pada variabel mekanisme bonus yang diprosikan dengan INTRENDLB nilai signifikannya sebesar 0,058 yang berarti mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi $0,058 > 0,05$. Sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini ditolak. Interpretasi dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien mekanisme bonus yang diprosikan dengan INTRENDLB yang bernilai 0,129 yang menunjukkan bahwa setiap variabel mekanisme bonus (X2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka *transfer pricing* (Y) naik sebesar 0,129.

Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi variabel beban pajak sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Maka hipotesis pertama diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya beban pajak dapat mempengaruhi perusahaan untuk menerapkan praktik *transfer pricing* agar dapat menekan beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Berdasarkan teori agensi, konflik agensi dapat terjadi antara pihak agen (perusahaan) dan principal (pemerintahan), dimana konflik ini terjadi karena pemerintah menginginkan pajak setinggi mungkin yang digunakan untuk keperluan negara, sedangkan perusahaan mengharapkan pajak serendah mungkin karena dianggap pajak mengurangi laba perusahaan, hal ini yang menjadi motivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dilakukan dengan cara mengalihkan kewajiban pajak perusahaan kepada perusahaan afiliasi yang berada di negara lain yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah dari induk perusahaan. Dapat dinyatakan bahwa penerapan *transfer pricing* masih menjadi sarana penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional dan menempatkan tarif pajak efektif sebagai tolak ukurnya. Dengan kata lain, semakin besar jumlah beban pajak perusahaan maka semakin besar keinginan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuadah & Nazihah, (2019); Tania & Kurniawan, (2019); Nafiati et al., (2023); dan Rafiqah Asaff, (2022) yang menyatakan beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan

Arifin & Saputra, (2018); Agustiniingsih et al., (2022); Cahyani et al., (2023), dan Rachman & Romadhina, (2023) menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan sampel penelitian, perusahaan manufaktur sektor *Basic Materials*, *Consumer Cyclical*s, *Consumer Non Cyclical*s, *Health Care*, dan *Industrial* selama tahun 2018-2023 terindikasi melakukan *transfer pricing* dilihat berdasarkan dari nilai rata-rata beban pajak selama tahun 2018-2023. Beban pajak pada penelitian ini diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) dengan standar nilai ETR yang baik adalah 25% atau mendekati 25% (Novianti et al., 2019). Pada tahun 2018 nilai rata-rata beban pajak sebesar 0,240, maka dapat disimpulkan pada perusahaan melakukan *transfer pricing* sebagai strategi pajak yang efektif untuk menghindari dan mengurangi pajak yang harus dibayarkan. Pada tahun 2019 nilai rata-rata beban pajak sebesar 0,256 dimana nilai ini lebih besar dibandingkan tahun 2018. Nilai 0,256 telah melampaui nilai standar ETR yang baik yaitu 25% sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan *transfer pricing* karena nilai ETR diatas 25%. Nilai rata-rata ETR tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu 0,283. Nilai ETR yang tinggi relatif buruk karena menunjukkan perusahaan tidak mampu memanfaatkan sumber daya untuk mengefisienkan pembayaran pajak dan dapat menunjukkan tindakan perusahaan yang mengupayakan strategi penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu memindahkan laba perusahaan ke perusahaan afiliasi yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Seperti yang diketahui, pada tahun 2020 terjadi pandemik Covid-19 yang mempengaruhi kondisi ekonomi secara global. Secara keseluruhan perusahaan pada tahun 2020 mengalami penurunan aktivitas bisnis karena adanya peraturan dari pemerintah untuk mengurangi kegiatan diluar rumah. Hal ini akan berdampak pada penurunan konsumsi oleh konsumen karena ekonomi yang buruk. Maka, perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pajak yang akan dibayarkan ke pemerintah agar laba yang diterima perusahaan tetap besar dan dapat membantu mempertahankan perusahaan dalam tantangan Covid-19. Selanjutnya, pada tahun 2021 nilai rata-rata ETR sebesar 0,241. Nilai ini lebih baik jika dibandingkan dengan tahun 2020. Namun, tetap saja nilai 0,241 dapat dikatakan perusahaan terindikasi melakukan penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu dengan melakukan pemindahan laba perusahaan ke perusahaan afiliasi yang memiliki tarif pajak lebih rendah atau menetapkan harga transfer lebih rendah dengan perusahaan afiliasinya sehingga pendapatan perusahaan lebih rendah. Dengan melakukan *transfer pricing*, perusahaan dapat mengurangi pajak yang harus dibayarkan sehingga laba perusahaan tetap tinggi. Pada tahun 2022 dan 2023 nilai rata-rata ETR sebesar 0,209 dan 0,219. Nilai ETR ini cukup jauh dari standar nilai ETR yang baik yaitu 25%. Sehingga dapat disimpulkan perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi pajak yang akan dibayarkan. Hal ini tidak terlepas dari kondisi ekonomi yang semakin membaik pada tahun 2022-2023 jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu 2020 dan 2021 yang mana pada tahun tersebut masih dalam keadaan Covid-19. Pemulihan ekonomi pada tahun 2022 dan 2023 membawa dampak positif bagi perusahaan karena aktivitas bisnis dapat berjalan lebih baik sehingga, laba perusahaan terus meningkat. Laba yang besar akan berdampak pada beban pajak yang dibayarkan akan lebih besar. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan manufaktur dari tahun 2018-2023 berupaya melakukan penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* yang dibuktikan dengan nilai rata-rata ETR yang jauh dibawah standar nilai ETR yang baik yaitu 25%.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi variabel mekanisme bonus sebesar $0,058 > 0,05$ yang berarti mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Maka hipotesis kedua ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya laba tidak mempengaruhi keputusan direksi untuk melakukan *transfer pricing* karena manajemen dan direksi telah membuat strategi untuk mencapai bonus yang mereka inginkan dari pemilik perusahaan dengan mengembangkan strategi baru sehingga kemungkinan melakukan *transfer pricing* semakin kecil. Ini karena perusahaan terus memperoleh laba, memberikan bonus kepada direksi dan minimal kinerja atau persentase laba, menentukan bonus yang diterima juga. Hasil penelitian ini mendukung teori akuntansi positif, yang menjelaskan bahwa manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode berjalan. Manajer menginginkan imbalan yang tinggi disetiap periode. Jika imbalan mereka tergantung pada laba bersih yang dilaporkan,

mereka cenderung untuk meningkatkan bonus mereka untuk periode tersebut dengan melaporkan laba bersih setinggi mungkin. Kemudian, teori keagenan tidak cocok dengan hasil penelitian ini karena teori keagenan telah menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Dalam hubungan keagenan terdapat kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama principal dan memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto & Tumewu, (2018); Indriaswari & Aprilia, (2018); Syach et al., (2022); Darmawati & Muslichah, (2022) dan Rachman & Romadhina, (2023); yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan telah memiliki sistem pengendalian yang baik, dimana seluruh kegiatan yang dilakukan harus sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku dan diawasi oleh komite audit agar tidak terjadi kecurangan yang dilakukan untuk memaksimalkan laba perusahaan demi mendapatkan bonus yang besar. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lorensius & Aprilyanti, (2022); Tania & Kurniawan, (2019) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan sampel penelitian, perusahaan manufaktur sektor *Basic Materials, Consumer Cyclical, Consumer Non Cyclical, Health Care*, dan *Industrial* selama tahun 2018-2023 tidak terindikasi melakukan mekanisme bonus. Karena dapat dilihat bahwa setiap tahunnya persentase bonus mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil. Mekanisme bonus yang diukur dengan INTRENDBL yaitu dengan laba bersih t (laba bersih tahun ini) dibagi laba bersih $t-1$ (laba bersih tahun sebelumnya). Persentase rata-rata laba pada tahun 2018 sebesar 0,872. Nilai ini terjadi karena pada tahun 2018 perekonomian secara global masih dalam kondisi yang baik. Beda halnya pada tahun 2019 persentase rata-rata laba sebesar 0,465. Nilai ini terjadi karena akhir tahun 2019 terjadi pandemik Covid-19 yang mempengaruhi kondisi ekonomi secara global sehingga berdampak pada persentase laba yang dimiliki perusahaan menjadi lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2018. Kemudian pada tahun 2020 persentase rata-rata laba sebesar 0,033. Persentase laba yang turun cukup drastis jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya ini dipengaruhi oleh kondisi pandemik Covid-19 yang membatasi seluruh aktivitas secara global termasuk aktivitas perusahaan. Sehingga pada tahun 2020 sebagian besar perusahaan tidak mendapatkan laba karena menurun bahkan tidak ada aktivitas perusahaan yang dilakukan. Pada tahun 2021 persentase laba 6,093. Angka ini sangat tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2020. Peningkatan persentase laba tersebut terjadi karena pada akhir tahun pembukuan 2020, manajemen perusahaan merumuskan strategi yang tepat untuk dilakukan dalam menghadapi tantangan Covid-19. Perusahaan telah melakukan analisa strategi dari pengalaman perusahaan selama tahun 2020, sehingga perusahaan dapat mengupayakan cara untuk menaikkan laba perusahaan. Disamping itu juga, pada tahun 2021, secara keseluruhan pemerintah diberbagai negara telah mengizinkan untuk melakukan kegiatan namun tetap sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pemerintah untuk memutuskan penularan Covid-19. Hal ini juga yang menjadi alasan persentase rata-rata laba pada tahun 2021 meningkat cukup drastis. Pada tahun 2022 dan 2023 persentase rata-rata laba sebesar 4,524 dan 0,340. Nilai ini menurun jika dibandingkan dengan tahun 2021. Nilai ini terjadi karena perusahaan multinasional terus melakukan pembukaan perusahaan baru diberbagai daerah dan negara. Hal ini dilakukan untuk memanfaatkan peluang yang mana saat masa pandemik Covid-19 banyak perusahaan yang terpaksa tutup karena terus mengalami kerugian. Manajemen perusahaan percaya bahwa dengan melakukan pembukaan perusahaan baru akan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah beban pajak dan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban pajak yang diprosikan dengan *effective tax rate* (ETR) berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti perusahaan masih menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak agar laba yang diterima perusahaan tetap besar. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini karena perusahaan telah

memiliki sistem pengendalian yang baik, dimana seluruh kegiatan yang dilakukan harus sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku dan diawasi oleh komite audit agar tidak terjadi kecurangan yang dilakukan oleh direksi atau manager untuk memaksimalkan laba perusahaan demi mendapatkan bonus yang besar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pemakalah dan penyunting yang telah memberikan kesediaan dan bantuannya untuk artikel yang masuk ke dewan redaksi dan kepada Politeknik Negeri Medan (Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M)) yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan dalam pelaksanaan Program Hibah Karya Ilmiah Mahasiswa (HAKIM) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agata, G., Putu Indrajaya Lembut, & Fitri Oktariani. (2021). Analisis Determinan Transfer Pricing pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 16(1), 74–93. <https://doi.org/10.21009/wahana.16.015>.
- Agustiningsih, W., Purwaningsih, E., Hermanto, Indrati, M., & Riski, G. (2022). the Effect of Tax, Bonus Mechanism, Tunneling Incentive and Foreign Ownership on Transfer Pricing Decision. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 1–14.
- Alexandria, V. A., & Radianto, W. E. D. (2023). The Impact of Tax, Foreign Ownership, and Firm Size on Transfer Pricing (Empirical Studies on Coal Mining Sub- Sector Companies Listed in Indonesia Stock Exchange for 2012-2021 Period). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 11, 142–148.
- Arifin, A., & Saputra, A. A. (2018). Company Size , Profitability , Tax , And Good Corporate Governance On The Company ' s Decision To Transfer Pricing (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2018 Period). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 141–150.
- Baiti, N., & Suryani, S. (2020). Pengaruh Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, Exchange Rate Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 139. <https://doi.org/10.36080/jak.v9i2.1419>.
- Barokah, A., Surlanti, M., Siregar, D. A., & Jazuli, M. A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.51510/jakp.v6i1.1081>.
- Baroroh, N., Malik, S., & Jati, K. W. (2021). The role of profitability in moderating the factors affecting transfer pricing. *Accounting*, 7(5), 1203–1210. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.2.018>
- Cahyani, G., Hafizi, M. R., & Wehdawati, W. (2023). Pengaruh Beban Pajak, Bonus Plan, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i1.2504>.
- Chalimatussa'diyah, N., Diana, N., & Cholid Mawardi, D. M. (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. <http://riset.unisma.ac.id/>.
- Darmawati, A., & dan Muslichah. (2022). Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan dan Tunneling Incentive. *AFRE Accounting and Financial Review*, 5(3), 233–239. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afr>.
- Fuadah, L. L., & Nazihah, A. (2019). The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.32602/jafas.2019.0>.

- Gloria, & Apriwenni, P. (2020). Effective Tax Rate Dan Faktor -Faktor Yang Memengaruhi. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 17–31. <https://doi.org/10.46806/ja.v9i2.759>.
- Hasna, R. U., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Tindakan Transfer Pricing Dengan Komite Audit Sebagai Moderating. *Prosiding Seminar Nasional Pakar, 2010*, 1–6. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6827>.
- Indriaswari, N. Y., & Aprilia, R. (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>.
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125–138. www.idx.co.id.
- Lingga, I. S., Debbianita, D., Wijaya, I. N. A., & Saputra, C. A. R. (2022). Corporate Governance, Bonus Mechanism and Tunneling Incentives' Influence on Transfer Pricing Practices. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1356–1379. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2492>.
- Lorensius, J., & Aprilyanti, rina. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus Dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Konferensi Nasional Social*, 5(41), 593–605. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/891>.
- Nadiah Adilah, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, & Budi Rohmansyah. (2022). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Beban Pajak Terhadap Transfer Pricing. *Akuntansi*, 1(4), 179–201. <https://doi.org/10.55606/jurnalrisetilmuakuntansi.v1i4.120>.
- Nafiati, D., Karina, A., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect Of Tax Burden, Exchange Rate And Tax Planning On Transfer Pricing Decisions Transfer Pricing Decision Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate Dan Perencanaan Pajak Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8662–8671. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>.
- Napitupulu, I. H., & Situngkir, A. (2020). Pengaruh Transfer Pricing dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Kajian Akuntansi*, 21(2), 126–141.
- Ningsih, T., Oktariansyah, O., Putra, P. S., & Veronica, A. (2024). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 826–839. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i4.14648>.
- Ningtyas, F., & Mutmainah, K. (2022). Determinan Tax Haven, Bonus Scheme, Tunneling Incentive Dan Debt Covenant Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 3(2), 193–207. <https://doi.org/10.32500/jebe.v3i2.2651>
- Nisa, Z., Wahidahwati, & Bambang, S. (2022). The Effect of Tax and Leverage on Transfer Pricing Decisions with Institutional Ownership as Moderating. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5, 9717–9724.
- Novianti, D. R., Praptiningsih, P., & Lastiningsih, N. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Dan Capital Intensity Terhadap Effective Tax Rate (Etr). *Equity*, 21(2), 116–128. <https://doi.org/10.34209/equ.v21i2.637>.
- Prabaningrum, D. D., Astuti, T. P., & Harjito, Y. (2021). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018). *Edunomika*, 05(01), 47–61.
- 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>.
- Putri, O. D., & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Tax Avoidance, Multinationality, dan Profitability terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(2), 801–815. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i2.742>
- Rachman, A. N., & Romadhina, A. P. (2023). *Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus Dan Struktur Modal Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2021)*. 1.
- Rafiqah Asaff, N. M. H. Y. R. M. (2022). Factor Supporting Companies Performing Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 26(1), 76. <https://doi.org/10.24912/ja.v26i1.818>.
- Ramadhan, M. F., Dewi, R. C., & Liza, A. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Exchange Rate, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Pundi*, 6(1), 165–180. <https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.400>.
- Refgia Thesa. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *JOM Fekon*, 4(1), 543–555.
- Sa'diah, F., & Afriyenti, M. (2021). Pengaruh Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen terhadap Kebijakan Transfer Pricing. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(3), 501–516. <https://doi.org/10.24036/jea.v3i3.385>.
- Saputra, W. S., Angela, C., & Agustin, C. (2020). Pengaruh Pajak, Exchange Rate Dan Kepemilikan Asing Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(2), 109–116. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>.
- Sari, D., Hermawan, A., & Fitriana, U. (2021). Influence of Profitability, Company Size and Tunneling Incentive on Company Decisions of Transfer Pricing (Empirical Studies on Listed Manufacturing Companies Indonesia Stock Exchange period 2012-2019). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 796–805. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.565>.
- 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). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(2), 215–228.
- Sebele-Mpofu, F., Mashiri, E., & Schwartz, S. C. (2021). An exposition of transfer pricing motives, strategies and their implementation in tax avoidance by MNEs in developing countries. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1944007>.
- Simamora, L., Muhammad, M., & Napitupulu, I. H. (2022). Pengaruh Ukuran Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Real Estat. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun*, 3(1), 1–8.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi. In *Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 1, p. 320).
- Syach, W. M., Dalimunthe, A. A., & Situngkir, A. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing terhadap Transfer Pricing Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(02), 212–225. <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.18>.
- Syarifah, S., Rafi, M. M., & Napitupulu, I. H. (2022). Pengaruh Transfer Pricing dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(6), 1578. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i06.p14>.
- 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.v2i2.329>.

Wahyudi, I., & Fitriah, N. (2021). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Kepatuhan Perpajakan, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 388–401. <https://doi.org/10.28932/jam.v13i2.3885>.

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>.