

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)

Siti Khusnul Khotimah

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Email: sitikusnul10@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of tax expense, tunneling incentive and firm size to transfer pricing. This research is qualitative. Population in this research is multinational company subsector that listed in BEI during period of 2013 until 2017. The sample in this study was determined based on purposive sampling which resulted 23 samples of company. The type of data used is secondary data obtained from www.idx.co.id. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The result of multiple regression test shows that the tax expense, tunneling incentive and firm size simultaneously affect the transfer pricing and the three independent variables influence 16,1% to the dependent variable while the rest is influenced by other factors outside the research variables. Partially, tax expense have a negatively effect on transfer pricing with t count equal to -2,020 and significance level 0,047, tunneling incentive has no effect on transfer pricing with t count smaller than t table that is equal to $0.064 < 1,658697$ and and firm size negatively affect transfer pricing with t count equal to -4.727 and significance level 0.000.

Keywords : Tax expense, tunneling incentive and firm size to transfer pricing

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menyebabkan perkembangan ekonomi yang sudah tidak mengenal batas antar negara. Dengan perkembangan dunia usaha bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Sehingga menyebabkan perusahaan untuk melakukan proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Hal ini tidak menjadi sulit apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu negara karena beban-beban serta biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun, hal ini akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan diberbagai Negara dan itulah yang terjadi saat ini.

Menurut Rusli (2017) Transfer pricing adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok antar divisinya, dalam prakteknya transfer pricing digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya dan membuat beberapa Negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak.

Fenomena praktik transfer pricing di Indonesia pada tahun 2016 (liputan6.com/bisnis,” 2016), Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) menyatakan sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan terus merugi. Direktur Jenderal Pajak, Ken Dwijugasteady saat Konferensi Pers Pelantikan Pemeriksa Pajak mengungkapkan

adanya 2.000 perusahaan tersebut merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang ditangani Kantor Wilayah (Kanwil) Pajak Khusus. DJP harus melakukan penelusuri lebih dalam terkait kebenaran hal tersebut. Menurut Ken, sebanyak 2.000 perusahaan multinasional mengemplant pajak PPh Badan 25 dan 29 karena alasan merugi terus-menerus.

Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) dalam Nugraha (2016) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut sering dikenal dengan istilah transfer pricing. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (tax base) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.

Transfer pricing ini bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun ini juga bisa menjadi suatu peluang penyalahgunaan perusahaan untuk mengejar laba yang tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat perusahaan lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan penghindaran pajak. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara ataupun lain yang memberikan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus tax heaven country. Transfer pricing dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu beban pajak, tunneling incentive dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi yaitu Beban pajak penghasilan pajak definisi menurut PSAK 46/IAS 12,) beban pajak adalah jumlah gabungan pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam laba-rugi pada satu periode, jadi beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan ataupun badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai salah satu sector penerimaan pendapatan negara. Perhitungan beban pajak dilihat dari beban pajak bersih yang ditanggung oleh perusahaan. Besarnya keputusan untuk melakukan praktik transfer pricing akan mengakibatkan pembayaran pajak pada umumnya akan menjadi lebih rendah. Harapannya untuk dapat menekan beban pajak menjadi pemicu perusahaan melakukan transfer pricing sebab perusahaan akan memilih mengalihkan labanya ke perusahaan grup yang ada di negara lainnya yang menerapkan tarif pajak penghasilan lebih rendah dari Indonesia.

Stephanie dan Sistomo (2017) Praktik transfer pricing dimanfaatkan sebagai perencanaan pajak perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar melalui rekayasa harga antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Transfer pricing dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andraeni (2017), Nugraha (2016) menemukan beban pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Namun berbeda dengan hasil penelitian Sari dan Mubarok (2018), Marfuah dan Azizah (2014) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap transfer pricing.

Faktor yang kedua yaitu keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing juga dipengaruhi oleh *Tunneling Incentive* atau kepemilikan saham, Menurut Ananta (2018)

Tunneling incentive, adalah kegiatan pentransferan aset dan/atau pembagian keuntungan dan/atau pemberian hak-hak istimewa yang langsung diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa memperhatikan hak-hak pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* merupakan masalah keagenan terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali pada untuk keputusan daripada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas Nugraha (2016). Masalah keagenan seperti ini biasanya terjadi karena perbedaan kepentingan pemegang saham minoritas dan pemegang saham mayoritas, dimana pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi diri mereka sendiri tanpa memperhatikan kepentingan pemegang saham minoritas. Hal yang menyebabkan timbulnya masalah keagenan ini yaitu lemahnya perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tindakan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas.

Contoh kegiatan tunneling adalah menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan akan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi. Karena Perusahaan lebih memilih transaksi pihak terkait untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran deviden, perusahaan yang terdaftar harus membagikan deviden kepada perusahaan induk dan pemegang minoritas lainnya. tunneling juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.

Wafiroh dan Hapsari (2015) dan Rochmadina dkk (2017), *tunneling incentive* pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi transfer pricing. Namun berbeda dengan hasil penelitian Melani (2016), Wiratno (2017) dan Nugraha (2016) yang menemukan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*,

Faktor ketiga Selain *tunneling incentive*, keputusan perusahaan melakukan transfer pricing juga dipengaruhi oleh Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Wafiroh (2015) Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik transfer pricing pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan transfer pricing untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan. Konsep seperti ini biasa digunakan bila setiap satuan usaha yang dikelola sebagai suatu pusat laba, yang masing-masing mempunyai tanggung jawab atas laba dari modal yang diinvestasikan.

Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah jumlah tenaga kerja dan sebayanya Putri (2016). Jadi dapat disimpulkan Semakin besar aset maka semakin banyak putaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat.

Menurut Hapsoro (2015), Putri (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing, Namun berbeda dengan hasil penelitian Refgia dkk (2017) . bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transfer pricing, penelitian tersebut sejalan dengan Suprianto dan Pratiwi (2016) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transfer pricing

Berdasarkan uraian diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang faktor yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan harga transfer. Faktor

yang digunakan dalam penelitian ini adalah beban Pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh beban Pajak, *Tunneling Incentive* dan ukuran perusahaan terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Multinasional di Indonesia”. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut karena praktek harga transfer ini hanya terjadi pada perusahaan manufaktur multinasional yang memiliki anak perusahaan di luar negeri atau sebaliknya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer*

Perusahaan seharusnya menggunakan prinsip harga wajar untuk mengurangi kewajiban pajak, tetapi perusahaan lebih banyak menggunakan transfer pricing Nugraha (2016). Kemudian menurut Yani dalam Hartati dkk (2015), motivasi pajak dalam transfer pricing pada perusahaan multinasional tersebut dilaksanakan dengan cara sebisa mungkin memindahkan penghasilan ke negara dengan beban pajak terendah atau minimal dimana negara tersebut memiliki grup perusahaan atau divisi perusahaan yang beroperasi.

Dalam praktik transfer pricing, perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*) yang dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup. Oleh karena itu, beban pajak yang besar memicu perusahaan untuk melakukan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban (Rudiana, 2017).

Ayu dkk (2017) mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Hapsoro (2015) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan tindakan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Karena dalam praktik bisnis, umumnya pengusaha mengidentikkan pembayarann pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba.

H1: beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Rahmawati (2018) *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dalam keuntungan keuar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut. *Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wafiroh dan Hapsari (2015), Rochmadina (2015) *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing Karena Perusahaan akan lebih memilih transaksi pihak terkait untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran deviden, perusahaan yang terdaftar harus membagikan deviden kepada perusahaan induk dan pemegang minoritas lainnya. *tunneling* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2= *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Putri (2016), Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar kecilnya sebuah perusahaan, pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki diversifikasi produk atau segmen yang banyak akan mendorong penggunaan kebijakan transfer pricing untuk melakukan transfer barang atau jasa antar segmen, antar divisi atau pun antar parent-subsidiary company. Karena pada dasarnya suatu perusahaan memiliki satu tujuan (goal congruent) yaitu memaksimalkan laba dan meminimalkan tarif pajak atau beban pajak yang harus dibayar. Untuk mencapai hal itu, keputusan terkait transfer pricing sangat diperlukan dalam konteks perusahaan besar atau perusahaan multinasional.

Berdasarkan penelitian Putri (2016), dan Hapsoro (2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan transfer pricing. Sedangkan menurut Refgia dkk (2017), Suprianto dan Pratiwi (2016) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transfer pricing dimana perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan perataan laba dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak investor. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang berupa laporan keuangan auditan, *annual report* perusahaan multinasional yang listing di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui situs *homepage* Bursa Efek Indonesia (BEI).

Definisi Operasional

Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Perhitungannya *transfer pricing* dengan melihat piutang atas transaksi pihak berelasi dibagi dengan total piutang (Kusuma dan Wijaya, 2017).

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang Kepada Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

Beban Pajak (X1)

Beban pajak merupakan pajak yang dibebankan kepada perorangan ataupun badan yang wajib dibayarkan kepada negara sebagai salah satu sector penerimaan pendapatan negara. Beban pajak dalam penelitian ini di proksikan dengan tarif pajak efektif (*effective tax rate*). Menurut Chen et al (2010) dalam Aurinda (2018) tarif pajak perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus :

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

Tunneling incentive (X2)

Menurut Mispiyanti (2015) *Tunneling incentive* memiliki indikator dengan 20% atau lebih persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham yang berapa di negara lain dengan ketentuan memiliki tarif pajak lebih rendah dari Indonesia. Selain itu, sesuai dengan PSAK Nomor 15 pengaruh signifikan diperoleh dari presentase 20% atau lebih kepemilikan saham, Variabel *Tunneling incentive* diprosikan dengan perhitungan:

$$\text{TNC} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Ukuran perusahaan (X3)

Berdasarkan ukurannya perusahaan dibagi menjadi perusahaan kecil dan besar, dimana perusahaan yang besar memiliki sistem manajemen yang lebih kompleks dan memiliki laba yang lebih tinggi pula. Oleh karena itu perusahaan yang besar memiliki masalah dan risiko yang lebih kompleks daripada perusahaan-perusahaan kecil Putri (2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besarnya ukuran sebuah perusahaan yang berdasarkan total aset. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinilai dengan *log of total assets*. *Log of total assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan perusahaan yang terlalu kecil maka dinilai total aset dibentuk menjadi logaritma netral. Pengukuran variabel ini dengan menggunakan skala rasio, dengan rumus, sebagai berikut:

$$\text{SIZE} = \text{Log (Total Aset)}$$

Populasi dan Sampel Penelitian

populasi dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak bumi dan bangunan yang terdaftar di Kelurahan banguntapan, kecamatan banguntapan.

Sampel penelitian ini adalah sektor perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2012-2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan sampel sebagai objek penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2017.
- Perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan asing minimal 20%.
- Perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan.
- Data laporan keuangan perusahaan sampel selalu tersedia untuk tahun pelaporan.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengambil data dari situsnya di www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan lalu mengolah literatur seperti jurnal, buku, dan sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa laporan keuangan yang menjadi sampel penelitian.

Uji Kualitas Data dan Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini layak atau tidak digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi: 1) Uji normalitas; 2) Uji

Multikolinearitas; 3) Uji Heteroskedastisitas; dan 4) Uji Autokorelasi. Apabila data-data yang ada telah lolos uji asumsi klasik, selanjutnya data dapat dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari dua variabel independen. Untuk mempermudah pengolahan data, digunakan alat bantu berupa SPSS 16.0 *for windows*. Rumus analisis regresi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = *Transfer Pricing*

α = Konstanta

$\beta_1, 2, 3$ = Koefisien regresi

X1 = Beban Pajak

X2 = *Tunneling Incentive*

X3 = Ukuran Perusahaan

ε = eror

Dari hasil analisis data menggunakan regresi linier berganda, maka dapat diketahui hasil dari Uji Signifikansi Individu (Uji t), Uji Signifikansi Simultan (Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Data yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan Multinasional dan tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2013-2017. Jumlah perusahaan Multinasional yang dijadikan obyek penelitian sebanyak 23 perusahaan, sehingga jumlah laporan tahunan yang akan ditelusuri dalam penelitian ini sebanyak 115 laporan tahunan. Dalam hal ini, peneliti melakukan penelusuran terhadap informasi-informasi yang berkaitan dengan kegiatan pengaruh antara beban pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov z*, menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,085. Sedangkan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sebesar 1,265.

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas 1-Sampel K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters	Mean	.000000
	Std. Deviation	.71886949
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.050
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.265
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas sebagaimana yang disajikan pada tabel dibawah menyatakan bahwa tidak ada satupun variabel yang memiliki nilai toleransi <0.10 yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel. Nilai *variance inflator factor* (VIF) juga menunjukkan nilai <10. Kesimpulannya adalah tidak terdapat multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Beban Pajak	.990	1.010
	<i>Tunneling Incentive</i>	.992	1.008
	Ukuran Perusahaan	.982	1.018

a. Dependent Variable: *Transfer Pricing*

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi dilakukan dengan menggunakan uji *spearman*. Hasil pengujian seperti yang tersaji pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi >0.05 yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients(a)			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.427	.951		.449	.654
	Beban Pajak	.047	.090	.050	.520	.604
	<i>Tunneling Incentive</i>	.037	.183	.019	.201	.841
	Ukuran Perusahaan	.216	.920	.022	.235	.814

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.5 diketahui besarnya nilai *Durbin-Watson* adalah 1,869 lebih besar dari batas atas (du) 1,749 dan kurang dari 4 – 1,749 (4 - du). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 4
Hasil uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.428a	.183	.161		.72852	1.869

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, *Tunneling Incentive*, Beban Pajak

b. Dependent Variable: *Transfer Pricing*

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Tabel 5
Hasil Uji persial (uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.945	1.779		3.903	.000
	Beban Pajak	-.340	.168	-.174	-2.020	.046
	<i>Tunneling Incentive</i>	-.022	.343	-.005	-.064	.949
	Ukuran Perusahaan	-8.133	1.720	-.409	-4.727	.000

a. Dependent Variable: *Transfer Pricing*

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Hasil pengujian pada tabel diatas dapat diketahui persamaan linier yang dihasilkan sebagai berikut:

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

$$Y = 6.945 + -0,340 X_1 + -0,22 X_2 + -8.33 X_3 + e$$

Artinya dari persamaan linier tersebut adalah sebagai berikut:

a) Variabel beban Pajak (x1) Sesuai dengan hasil perhitungan Uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel beban Pajak (x1) diperoleh nilai t hitung 2,020 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,046. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,020 > 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,047 < 0,05 yang Ha ditolak dan H0 diterima. Maka variabel beban pajak (x1) berpengaruh negatif terhadap variabel *Transfer pricing* (y)., b) Variabel *Tunneling incentive* (x2) Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel *Tunneling incentive* (x2) diperoleh nilai t hitung 0.064 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,003. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 0.064 < 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,946 > 0,05 yang berarti Ha tolak Ho diterima. Maka variabel *Tunneling incentive* (x2) tidak berpengaruh terhadap *Transfer pricing* (y)., c) Ukuran Perusahaan (x3) Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel mekanisme bonus (x3) diperoleh nilai t hitung -4.727 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,000 Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 4.727 > 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 yang

berarti H_a diterima H_0 ditolak. Maka variabel ukuran perusahaane (x3) berpengaruh berpengaruh terhadap *Transfer pricing* (y).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 6
Hasil Pengujian Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.194	3	4.398	8.287	.000a
	Residual	58.912	111	.531		
	Total	72.107	114			

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Tunneling Incentive, Beban Pajak

b. Dependent Variable: Transfer Pricing

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Dari uji statistik F yang terdapat pada tabel 4.6 diperoleh signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan F hitung sebesar 8,287 lebih besar dari F tabel yaitu 2,69. Apabila F hitung > F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu beban pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya yaitu *transfer pricing*.

Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.428a	.183	.161	.72852

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Tunneling Incentive, Beban Pajak

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 didapat hasil perhitungan analisis regresi diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,161. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penghindaran pajak dapat diterangkan oleh faktor beban pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan berpengaruh sebesar 16,1%, sedangkan sisanya sebesar 83,9% menggambarkan variabel-variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing*. Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel beban Pajak (X1) diperoleh nilai t hitung 2,020 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,046. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,020 > 1,658697$ dengan tingkat signifikan $0,047 < 0,05$ dan koefisien β sebesar -0.340 dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa beban pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa hipotesis yang pertama menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andraeni (2017), dan Nugraha (2016) menemukan beban pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sari dan Mubarak (2018) dan Marfuah dan Azizah (2014) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* karena semakin meningkatnya meningkat pajak yang dikenakan maka perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa akan menurunkan keputusan *transfer pricing* perusahaan atau sebaliknya yang disebabkan dimana pengawasan petugas pajak terhadap perusahaan akan semakin ketat maka perusahaan akan lebih berhati-hati dalam keputusan melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Tunneling incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing.

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh *Tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel *Tunneling incentive* (X2) diperoleh nilai t hitung 0.064 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,003. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.064 < 1,658697$ dengan tingkat signifikan $0,946 > 0,05$ dan koefisien β sebesar -0.022 dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa *tunneling incentive* (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang kedua menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Wafiroh (2015), Rochmadina dkk (2017), *tunneling incentive* pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *transfer pricing* namun hasil penelitian ini sejalan dengan Melani (2016), Wiratno (2017) dan Nugraha (2016) yang menemukan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, karena *tunneling incentive* yang diprosikan dengan kepemilikan saham pengendali, atau mengendalikan bahwa adanya pemegang saham pengendali tidak mempengaruhi manajemen dalam melakukan *transfer pricing*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh *Tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Sesuai dengan hasil perhitungan uji t yang dilakukan dengan bantuan SPSS diatas, variabel mekanisme bonus (X3) diperoleh nilai t hitung 4.727 dan t tabel 1,658697 dengan tingkat signifikan 0,000 Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4.727 > 1,658697$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan koefisien β sebesar -8.133 dengan arah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* dapat diterima.

Berdasarkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian putri (2016), dan (Hapsoro, 2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*, namun penelitian ini sejalan dengan Refgia dkk (2017), dan Suprianto dan Pratiwi (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, dimana perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan perataan laba dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak investor.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian Ini Dilakukan Dengan Tujuan Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan *Transfer Pricing* . Berdasarkan hasil dari olah data yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda didapatkan hasil sebagai berikut: a) Variabel beban pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*., b) Variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*., dan c) Variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki implikasi dari penelitian yang berhasil menemukan bukti empiris bahwa beban pajak memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing* dan ukuran memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan analisis dari hasil penelitian maka implikasi penelitian ini adalah:

a) Perusahaan dengan beban pajak tinggi terbukti pajak yang dibayarkan juga tinggi. Namun perusahaan ini tidak terindikasi melakukan kegiatan *transfer pricing*. Dengan kata lain, perusahaan ikut membantu pemerintah dalam mengoptimalkan pendapatan Negara melalui pembayaran pajak yang dapat digunakan dalam pembangunan nasional. perusahaan yang cenderung stabil dan cukup baik juga dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk setiap keputusan investasinya., b) Ukuran perusahaan tinggi terbukti memiliki pajak yang tinggi maka perusahaan ini tidak terindikasi melakukan tindakan *transfer pricing*. Dengan kata lain, perusahaan ikut membantu pemerintah dalam mengoptimalkan pendapatan Negara melalui pembayaran pajak yang dapat digunakan dalam pembangunan nasional. ukuran perusahaan yang cenderung stabil dan cukup baik juga dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk setiap keputusan investasinya.

Keterbatasan

a) Peneliti hanya membahas beban pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan, belum memasukkan faktor lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing*., b) Peneliti menggunakan sampel perusahaan yang hanya berasal dari perusahaan multinasional, sehingga tidak dapat menggeneralisir hasil temuan untuk seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI., c) Jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini hanya lima tahun sehingga data yang digunakan kurang memperlihatkan kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Saran

Penelitian ini menguji pengaruh beban pajak, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

a) Bagi Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang dapat mempengaruhi penghindaran pajak yang belum diteliti diantaranya seperti, profitabilitas, multinasional dan karakter eksekutif., b) Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas sampel yang digunakan agar memperoleh data dan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, M. C. A. (2018). Analisis Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Praktik Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016) Skripsi. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 1–57.
- Andraeni, S. S. (2017). *Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015 Skripsi. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta* (Vol. 91).
- Aurinda, N. U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Universitas Lampung Bandar Lampung*, 1–60.
- Ayu, G., Surya, R., & Sujana, I. K. (2017). E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Pajak , Mekanisme Bonus , Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas U. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.19.2.*, 1000–1029.
- Beban Pajak (Penghasilan Pajak): Definisi Menurut Psak 46/Ias 12. (N.D.) <https://www.warsidi.com/2015/12/beban-pajak-pengha>.
- Hapsoro, D. T. (2015). Pengaruh Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2010-2013). *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–114.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Tax Minimization, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2469089/2000->. (2016).
- 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 (Aar17new York Conference) Isbn: 978-1-943579-13-6 New York-Usa. 28-30, April 2017. Paper Id: N723 Drivers*, (April), 1–15.
- 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>
- Melani, T. (2016). Pengaruh Tax Minimization, Mekanisme Bonus, Tunneling Incentive Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1437*, 1–100.
- Nugraha, A. K. (2016). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Putri, E. K. (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014).

- Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–99.
- Rahmawati, E. Y. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2016). *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–113.
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (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). *Jom Fekon*, 4(1), 543–553.
- Rochmadina. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akutansi Dan Investasi*, 16, No. 1(18), 62–73.
- Rochmadina, A., Nurhidayati, & Junaidi. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akutansi Dan Investasi*, 16, No. 1(18), 62–73.
- Rudiana, D. (2017). Pengaruh Beban Pajak Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2016). *Universitas Pasundan Bandung*.
- Rusli, Thesa Refgia. Vince Ratnawati. Dan. (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). *Jom Fekon*, 4(1), 543–553.
- Sari, E. P., & Mubarak, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas , Pajak Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2016). *Proceding Seminar Akuntansi*, 1(1), 1–6.
- Stephanie, Sistomo, R. P. S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei. *Fundamental Management*, (1), 63–69.
- Suprianto, D., & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Maufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013 – 2016. *Akutansi Stie Multi Data Palembang*, 1–15.
- Wafiroh, N. L. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2011-2013. *Skripsi Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2015). Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 157–168. <https://doi.org/10.1364/Oe.21.004551>
- Wiratno, T. (2017). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016. *Universitas Negeri Jakarta*.