

# Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing (*The Effect of Taxes, Multinationality, and Tunneling Incentive on the Decision to Transfer Pricing*)

Rifqiyati Rifqiyati<sup>1\*</sup>, Masripah Masripah<sup>2</sup>, Munasiron Miftah<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Depok<sup>1,2,3</sup>

[rifqiyati@upnvj.ac.id](mailto:rifqiyati@upnvj.ac.id)<sup>1\*</sup>, [masripah@upnvj.ac.id](mailto:masripah@upnvj.ac.id)<sup>2</sup>, [munasiron.miftah@upnvj.ac.id](mailto:munasiron.miftah@upnvj.ac.id)<sup>3</sup>



## Riwayat Artikel

Diterima pada 10 Oktober 2020

Revisi 1 pada 25 Februari 2021

Revisi 2 pada 27 Februari 2021

Revisi 3 pada 1 Maret 2021

Disetujui pada 2 Maret 2021

## Abstract

**Purpose:** This research aimed to determine the effect of taxes, multinationality, and tunneling incentive on the decision on transfer pricing in non-financial sector companies.

**Research methodology:** This research uses quantitative research methods. Testing the hypothesis used multiple linear regression analysis with panel data on Stata 16.0. The population is non-financial sector companies listed on the IDX in 2017-2019. This research has a sample of 53 companies.

**Results:** Based on the results of data analysis, it can be concluded that (1) taxes has a positive and significant effect on the decision on transfer pricing, (2) multinationality has a positive and significant effect on the decision on transfer pricing, (3) tunneling incentive has no effect on the decision on transfer pricing.

**Limitations:** This limitation of research is the number of samples used in this research due to many companies that do not meet the established criteria.

**Contribution:** This study's results can be used as a reference for further researchers and take into consideration for company management, investors and creditors in making decisions.

**Keywords:** *Transfer pricing, Taxes, Multinationality, Tunneling incentive*

**How to cite:** Rifqiyati, R., Masripah, M., & Miftah, M. (2021). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(3), 167-178.

## 1. Pendahuluan

Kemajuan ekonomi dunia telah memberikan pengaruh yang besar pada bisnis-bisnis baik itu pada pola maupun sikap dari pelaku bisnis yang melampaui batas negara. Perkembangan dunia bisnis ini mendorong merebaknya konglomerasi dan divisionalisasi/departementasi perusahaan. Hal ini diiringi dengan perusahaan-perusahaan nasional yang beralih bentuk menjadi perusahaan multinasional dimana aktivitas bisnis yang dijalankannya tidak tertuju pada negara asalnya saja, tetapi juga dilakukan pada negara-negara yang lainnya. Dampaknya seringkali perusahaan multinasional mendapatkan masalah berupa perbedaan pengenaan tarif pajak yang ditetapkan setiap negara. Besarnya tarif pajak yang berbeda menimbulkan perusahaan lebih memilih untuk memutuskan tindakan *transfer pricing* (Saifudin & Putri, 2018).

Maraknya perusahaan yang memutuskan *transfer pricing* menjadi isu yang hangat dalam dunia bisnis, khususnya bidang pajak. Tindakan perusahaan yang melakukan *transfer pricing* tertuang dalam Undang-Undang Perpajakan No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan yaitu dalam Pasal 18 diatur terkait hubungan istimewa, kebijakan dalam memutuskan perbandingan antara utang dengan modal, serta kebijakan untuk mengoreksi transaksi tidak lazim. Selain itu, pada pasal 18 ayat (4) disebutkan bahwa syarat hubungan istimewa antar wajib pajak badan akan timbul apabila badan tersebut saling memiliki atau menguasai modal atas saham langsung ataupun tidak langsung minimal 25% atau lebih,

beberapa badan dikuasai sahamnya oleh suatu badan sebesar 25% atau lebih, serta apabila terdapat ikatan keluarga baik sedarah maupun semenda. Hubungan istimewa ini memungkinkan terjadinya ketidaklaziman harga, imbalan, ataupun biaya lain saat melakukan transaksi bisnis.

Berdasarkan *The 2018 Mutual Procedure (MAP) Statistic*, OECD menyatakan bahwa jumlah sengketa *transfer pricing* pada tahun 2018 naik 20% dimana jumlah ini cukup tinggi daripada kasus-kasus lain yang hanya naik pada kisaran 10% ([bisnis, 2019](#)). Di Indonesia sendiri penyalahgunaan *transfer pricing* juga sering terjadi seperti pada PT Coca Cola Indonesia (CCI), PT Nestle Indonesia, dan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Pada 2019 perusahaan yang beroperasi di sektor manufaktur yaitu PT Bentoel Internasional Investama Tbk (RMBA) yang merupakan anak perusahaan British American Tobacco (BAT) dilaporkan oleh Lembaga Tax Justice Network. Berdasarkan laporan tersebut, Bentoel terindikasi telah menyalahgunakan praktik *transfer pricing* untuk menghindari pajak. Tindakan ini diawali dengan cara Bentoel berusaha memindahkan transaksi tertentu melalui anak perusahaan yang dimiliki dimana mereka memanfaatkan negara yang mempunyai perjanjian perpajakan dengan Indonesia.

Bentoel melaporkan terdapat pembayaran biaya bunga untuk pinjaman dan royalti kepada perusahaan yang masih satu induk dengan nilai US\$ 164 juta yang setara Rp 2,25 triliun, serta terdapat ongkos maupun imbalan IT kepada induk usaha mereka yaitu BAT yang menyebabkan Bentoel mengalami kerugian sebesar 27%. Pemerintah Indonesia yang telah memiliki perjanjian dengan negara Belanda menetapkan biaya atas bunga pinjaman tidak dikenakan pajak. Adanya perjanjian tersebut membuat Bentoel memanfaatkannya melalui peminjaman kepada Rothmans Far East BV yang berada di negara Belanda. Berdasarkan catatan yang dimiliki perusahaan Belanda ini diketahui bahwa dana tersebut ternyata dipinjam melalui Pathway 4 (jersey) Limited yang merupakan anak perusahaan BAT di Inggris.

Aturan Indonesia menetapkan tarif pajak sebesar 25% atas pembayaran royalti, ongkos, dan biaya, tetapi Bentoel mampu mengkalinya dengan melakukan pembayaran tersebut kepada beberapa perusahaan anak BAT di Inggris. Hal ini dilakukan karena adanya perjanjian pajak antara Indonesia dengan Inggris dimana pembayaran terkait royalti, ongkos dan biaya hanya dikenakan pajak sebesar 15%. Skema yang dilakukan Bentoel membuat Indonesia mengalami ketiadaan pemasukan pajak senilai US\$ 13,7 juta per tahun ([www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id)).

Selain Bentoel, di tahun yang sama perusahaan batu bara yaitu PT Adaro Energy Tbk juga diduga melakukan penyalahgunaan *transfer pricing*. Berdasarkan laporan Global Witness, Adaro terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* melalui laba yang diperoleh dari batu bara hasil tambang di Indonesia dipindahkan kepada perusahaan anak yang di negara lain. Jaringan perusahaan di luar negeri milik Adaro menyatakan bahwa mulai tahun 2009-2017 Adaro melalui Coaltrade Services International yang merupakan anak perusahaan di Singapura telah mengatur agar bisa membayar pajak yang lebih rendah dari seharusnya yaitu hanya sebesar USD 125 lebih rendah ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

Pada kenyataannya *transfer pricing* tidak hanya sekedar teknik akuntansi, melainkan juga merupakan cara perusahaan untuk mengalokasi sumber daya milik perusahaan dan memanfaatkan penghindaran pajak. Meskipun perusahaan yang memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* pada dasarnya merupakan sesuatu yang sah untuk dilakukan suatu perusahaan, tetapi penghindaran pajak yang dilakukan merupakan suatu masalah yang rumit untuk diselesaikan dimana *transfer pricing* bukan suatu perilaku yang menyalahi hukum namun, di sisi yang berbeda negara tidak ingin adanya pengurangan pajak yang diterima karena akan berpengaruh pada penerimaan negara.

Faktor pertama yang mempengaruhi perusahaan untuk memutuskan mengambil tindakan *transfer pricing* adalah pajak. Pajak sebagai penyumbang utama pemasukan negara khususnya bagi negara berkembang dimana pajak mampu membantu pemasukan untuk negara lebih dari 80%. Per tahun 2019 pajak telah menyumbang sebanyak Rp 1.545,3 triliun atau berdasar target APBN mencapai 86,5% ([www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id)). Maraknya perusahaan yang melakukan *transfer pricing* mampu menimbulkan penurunan penerimaan negara. Perusahaan berpandangan bahwa pajak berdampak besar pada keuntungan dan arus kas dimana pajak akan berpengaruh terhadap berbagai keputusan perusahaan baik investasi asing dan menentukan besarnya biaya-biaya yang timbul.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perusahaan dalam memutuskan untuk *transfer pricing* adalah multinasionalitas. Secara alami perusahaan-perusahaan multinasional pasti melakukan praktik *transfer pricing* karena keterlibatan perusahaan tersebut ke dalam bisnis internasional ([Darussalam et al., 2013 hlm. 37](#)). Perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi biaya yang

tinggi, baik itu mahal biaya produksi di luar negeri maupun beban pajak yang ditanggung anak perusahaan di negara tersebut (Casson, 2015). Banyak negara yang telah memperkenalkan peraturan *transfer pricing* namun dalam praktiknya *transfer pricing* dapat menjadi sebuah masalah atau suatu peluang bagi perusahaan multinasional yang mengejar keuntungan tinggi (Khotimah, 2018). *Transfer pricing* akan memicu timbulnya masalah pada perusahaan multinasional yang melalui anak usahanya beraktivitas di negara yang ketentuan tarif pajaknya tinggi dimana beban pajak harus dibayarnya turut tinggi dan berdampak pada laba rendah. Namun, ada perusahaan multinasional yang memanfaatkan celah aturan untuk kesempatan *tax planning*.

Faktor lainnya yang menyebabkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive* (Fauziah & Saebani, 2018). Perusahaan publik di Indonesia cenderung memiliki kondisi yang serupa yaitu kepemilikan saham perusahaan terkonsentrasi pada sedikit pemilik. Struktur kepemilikan tersebut menyebabkan timbulnya *tunneling* antara pemegang saham yang memiliki kendali dengan pemegang saham minoritas dimana si pengendali akan lebih memiliki hak dalam mengatur manajemen perusahaan. Hal ini berakibat pada berkuasanya pemegang saham yang memiliki kendali dibandingkan pemegang saham minoritas untuk memutuskan aturan yang hendak ditetapkan oleh perusahaan. Pemegang saham mayoritas mampu mengambil tindakan tanpa mempertimbangkan kepentingan pemegang saham minoritas. Selain itu, terdapat masalah keagenan yang timbul karena minimnya perlindungan terhadap pemegang saham minoritas sehingga mendorong perbuatan *tunneling* yang dapat merugikan salah satu pihak (Indriaswari & Aprilia, 2017). *Tunneling* dapat dilakukan melalui tidak membagikan dividen, memindahtangankan aset maupun saham kepada perusahaan anak yang dikuasai di bawah harga rata-rata dan menunjuk anggota keluarganya untuk memangku jabatan penting perusahaan meskipun tidak memiliki kualifikasi yang mendukung.

Beberapa penelitian terdahulu terkait keputusan *transfer pricing* telah banyak dilaksanakan tetapi masih terjadi beberapa perbedaan. Hasil penelitian Akhadya dan Ariefiara (2019) menyatakan bahwa pajak dapat berpengaruh positif serta signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda pada penelitian Fauziah dan Saebani (2018) dimana hasil yang didapatkan *transfer pricing* tidak dipengaruhi pajak secara signifikan. Hasil penelitian Ramadhan dan Kustiani (2017) menyatakan multinasionalitas berpengaruh terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan. Perbedaan di sisi lain pada penelitian Waworuntu dan Hadisaputra (2016) menghasilkan perbedaan bahwa multinasionalitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian Jafri dan Mustikasari (2018) menyatakan *transfer pricing* dipengaruhi oleh *tunneling incentive* secara positif dan signifikan. Namun, pada penelitian Nazihah et al., (2019) menghasilkan bahwa *transfer pricing* tidak dipengaruhi *tunneling incentive* secara signifikan.

## 2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### 2.1. Teori Agensi

Konsep yang menggambarkan relasi antara pemegang saham dengan pihak manajemen disebut teori agensi. Manajemen bertanggung jawab kepada pemegang saham atas segala kebijakan yang diambil (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan antara pemegang saham dengan manajemen dapat menimbulkan masalah dimana manajemen sebagai pihak yang diberi kuasa oleh pemilik untuk mengatur aktiva perusahaan memiliki peluang untuk memanfaatkan *transfer pricing* melalui berbagai cara salah satunya memindahkan laba pada perusahaan anak berkedudukan di luar negeri untuk menghindari tingginya beban pajak. Selain itu, konflik keagenan juga terjadi pada perusahaan yang terpusat kepemilikannya yaitu antara pihak mayoritas dengan pihak minoritas dimana mereka yang memiliki hak suara terbesar akan memanfaatkan kendali yang mereka miliki untuk melakukan *transfer pricing* demi kepentingan pribadi dan akan membuat pihak minoritas mengalami kerugian (Masripah et al., 2015).

### 2.2. Teori Internalisasi

Teori internalisasi merupakan suatu pendekatan institusional komparatif untuk mempelajari perilaku perusahaan multinasional (Rugman & Verbeke, 2008). Teori ini mendasari suatu asumsi adanya ketidaksempurnaan atau kegagalan pasar. Pasar yang tidak sempurna dapat memberikan ketidakpastian bagi aktivitas perusahaan. Tindakan yang dapat dilakukan perusahaan salah satunya melisensikan atau mensubkontrakkan produksi ke perusahaan asing independen atau melakukan produksi di dalam negeri dan mengeksport ke negara yang biayanya tinggi. Perusahaan multinasional

dapat memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dalam rangka mendapatkan keuntungan yang maksimal. Hal ini juga didorong karena terdapat perbedaan tarif pajak tiap negara yang akan membawa keuntungan lebih bagi perusahaan (Casson, 2015).

### 2.3. Transfer Pricing

*Transfer pricing* merupakan ketentuan perusahaan untuk mengesahkan harga khusus pada transaksi keuangan yang terjadi antar pihak yang terdapat hubungan istimewa (Akhadya & Arieftiara, 2019). Harga transfer memiliki dua pengertian berbeda yaitu pengertian yang sifatnya netral dimana harga transfer diyakini murni taktik dan strategi dalam berbisnis tanpa bermaksud untuk mengurangi beban pajak dan pengertian yang sifatnya pejoratif dimana harga transfer diterapkan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan (Suandy, 2016 hlm. 77).

Dalam globalisasi bisnis, *transfer pricing* termasuk ke dalam isu yang banyak menarik mata dunia. Banyak perusahaan multinasional dengan sengaja mengambil keuntungan dari *transfer pricing* guna memperkecil beban pajak yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Pemerintah memiliki sikap tersendiri dalam hal ini melalui penetapan aturan yaitu [Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011](#) dimana aturan tersebut meliputi bagaimana perusahaan menerapkan suatu kebijakan dalam melakukan transaksi antar pihak yang terdapat hubungan istimewa dengan nilai yang wajar dan didalam batas kelaziman usaha. Kebijakan ini merupakan penyempurna dari kebijakan sebelumnya yang dijadikan acuan atau pedoman dalam mencatat transaksi antara induk perusahaan dengan anak perusahaan berkedudukan di luar negeri. Rumus yang digunakan untuk mengukur *transfer pricing* sebagai berikut:

$$TP = \frac{\text{Penjualan Pihak Berelasi}}{\text{Total Penjualan}}$$

### 2.4. Pajak

Pajak penghasilan yang tertuang dalam [Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008](#) merupakan pajak yang dibayarkan orang atau badan terkait dengan keuntungan yang didapat selama satu tahun pajak. Membayar pajak merupakan bentuk perwujudan sebagai warga negara yang menunaikan kewajiban untuk pengeluaran negara dan pembangunan nasional. Hal ini terjadi karena hakikatnya pajak sebagai pemasukan negara digunakan untuk mendukung segala pembiayaan termasuk biaya atas pembangunan yang terjadi. Meskipun pemerintah telah banyak menerapkan peraturan mengenai pajak dan mengatur sedemikian rupa tetapi pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang berusaha untuk menghindari pajak dengan memanfaatkan celah aturan. Rumus yang dipakai untuk mengukur pajak yaitu:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Kena Pajak}}$$

### 2.5. Multinasionalitas

Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang menjalankan usaha di beberapa negara yang terlibat hubungan afiliasi yang disebabkan karena pemanfaatan teknologi, modal saham, maupun pengendalian saham, baik dilakukan dengan anak perusahaan, agen ataupun cabang dengan tujuan memaksimalkan keuntungan (Suandy, 2016 hlm. 76). Perusahaan multinasional menjalankan bisnisnya dengan melintasi batas negara, baik dilakukan langsung oleh kantor cabang maupun tidak langsung oleh anak perusahaan. Rumus yang dipakai dalam mengukur multinasionalitas yaitu:

$$\text{Multinasionalitas} = \frac{\text{Jumlah anak perusahaan di luar negeri}}{\text{Total anak perusahaan}}$$

### 2.6. Tunneling Incentive

*Tunneling incentive* merupakan insentif yang didapat pihak yang terdapat kuasa atas pengalihan harta serta keuntungan keluar perusahaan demi kepentingan dari pemegang saham mayoritas tetapi dalam hal ini pemegang saham minoritas turut menanggung dari beban tersebut (Saraswati & Sujana, 2017). *Tunneling incentive* timbul akibat terdapat ketidaksamaan kepentingan dan tujuan antara pemegang saham mayoritas dengan minoritas. Perusahaan-perusahaan yang berdiri di Asia termasuk didalamnya Indonesia berstruktur kepemilikan yang terkonsentrasi/terpusat. Biasanya perusahaan yang berstruktur kepemilikan terkonsentrasi dimiliki oleh keluarga pendiri perusahaan. Adanya pihak keluarga pada kepemilikan terkonsentrasi berdampak ekspropriasi terhadap pihak yang tergolong minoritas (Masripah et al., 2015). Pihak terafiliasi khususnya pihak yang memiliki kendali mampu

memberikan pengaruh bentuk dan syarat atas transaksi yang terjadi dimana akan lebih menguntungkan pemegang saham mayoritas. Rumus untuk mengukur *tunneling incentive* yaitu:

$$TUN = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham terbesar}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

## 2.7 Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1. Pajak dan Keputusan Transfer Pricing

Berbedanya kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham, mendorong manajemen untuk bertindak yang tidak seharusnya seperti melakukan *transfer pricing* untuk kepentingannya sendiri (Cahyadi & Noviyari, 2018). Di Indonesia, perusahaan yang bertransaksi antar induk dengan anak tidak terlepas dari rekayasa *transfer pricing*. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalkan pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Setiap negara mempunyai tarif pajak yang tidak sama satu dengan yang lainnya, dimana membuat perusahaan yang menjalankan bisnisnya ke luar negeri harus mencari jalan untuk mengatasi adanya pajak yang tarifnya tinggi. Pengaruh untuk melakukan keputusan *transfer pricing* yang diakibatkan oleh pajak didasari hasil penelitian dari Indriaswari dan Aprilia (2017), Akhadya dan Arieftiara (2019), dan Cahyadi dan Noviyari (2018).

**H<sub>1</sub> = Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing***

### 2.7.2. Multinasionalitas dan Keputusan Transfer Pricing

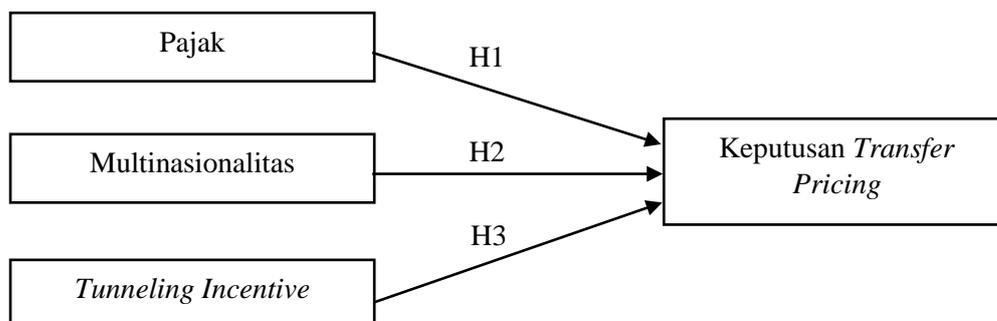
Perusahaan multinasional menjalankan bisnis dan operasinya di dua negara atau lebih. Keberadaan anak perusahaan di luar negeri akan menciptakan transaksi pada pihak yang terdapat hubungan istimewa. Aturan tarif pajak pada setiap negara juga memberi dorongan perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* (Ramadhan & Kustiani, 2017). Perusahaan multinasional lebih tertarik untuk menggeser laba perusahaan ke anak perusahaan dimana tarif pajaknya rendah sehingga laba yang didapat perusahaan akan lebih maksimal. Adanya pengaruh multinasionalitas terhadap *transfer pricing* yang diputuskan perusahaan didasari hasil penelitian dari Ramadhan dan Kustiani (2017) dan Richardson et al. (2013).

**H<sub>2</sub> = Multinasionalitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing***

### 2.7.3. Tunneling Incentive dan Keputusan Transfer Pricing

Bentuk dari struktur perusahaan pada negara Indonesia cenderung berkepemilikan terkonsentrasi pada pihak tertentu yang biasanya keluarga pendiri. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi dapat menimbulkan konflik keagenan berupa asimetri informasi yang timbul antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Keputusan pemegang saham dengan suara mayoritas untuk melakukan *transfer pricing* dapat dilakukan sepihak karena terdapat kendali (Masripah et al., 2015). Salah satunya dengan menjual produk atau aset kepada pihak istimewa dengan nilai yang tergolong tidak lazim atau dengan tidak membagikan dividen yang tentunya berakibat kerugian pemegang saham minoritas. Adanya pengaruh dari *tunneling incentive* dalam memutuskan *transfer pricing* didasari hasil dari penelitian Fauziah dan Saebani (2018), Jafri dan Mustikasari (2018), dan Indriaswari dan Aprilia (2017).

**H<sub>3</sub> = Tunneling Incentive berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing***



### 3. Metode Penelitian

#### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi baik itu objek ataupun subjek dimana terdapat kuantitas dan ciri khusus sehingga dapat didalami dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor non keuangan yang *listed* di BEI yaitu berjumlah 438 perusahaan. Sedangkan, sampel ditentukan menggunakan kriteria-kriteria tertentu, antara lain:

- Tidak melakukan IPO selama periode 2017-2019.
- Mempublikasikan laporan keuangan periode 2017-2019.
- Tidak menderita kerugian pada periode 2017-2019.
- Perusahaan yang mempunyai perusahaan anak bertempat di luar negeri.
- Perusahaan dikuasai perusahaan lain dimana kepemilikannya memiliki persentase lebih dari sama dengan 20% sesuai dengan PSAK 15.

#### 3.2. Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder dipilih sebagai jenis data yang digunakan pada penelitian ini dimana berupa catatan, bukti, atau laporan historis perusahaan yang tertata pada arsip (data dokumen) yang telah diterbitkan secara umum. Data ataupun bahan yang mendukung untuk penelitian ini dikumpulkan dengan cara:

- Penelitian Kepustakaan**  
Penelitian kepustakaan dilaksanakan melalui membaca, melakukan pengumpulan dan pendalaman data yang terkait variabel yang akan diteliti baik itu jurnal-jurnal nasional maupun internasional, buku-buku ataupun sumber lain yang berhubungan dengan objek pembahasan. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mendalami literatur dan buku yang berbasis elektronik dan fisik.
- Teknik Dokumentasi**  
Teknik dokumentasi dilakukan melalui pembuatan salinan atau penggandaan data yang sejalan terhadap masalah yang akan diteliti melalui media perantara yaitu laporan tahunan yang terdapat di [www.idx.com](http://www.idx.com).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digambarkan dan dideskripsikan melalui nilai maksimum, minimum, standar deviasi, dan rata-rata (Ghozali, 2018:19). Berikut hasil dari pengolahan data statistik deskriptif dari setiap variabel pada penelitian ini menggunakan Stata 16.0:

Tabel 1. Hasil Data Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>Obs</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
TP	159	0,1486608	0,2215977	0	0,898947
ETR	159	0,2707341	0,2641844	-1,577048	1,484953
MULT	159	0,2571597	0,2234106	0	1
TUN	159	0,5314557	0,1863162	0,2110415	0,925

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa *mean* dari variabel *transfer pricing* untuk perusahaan sektor non keuangan yang *listed* dalam BEI sebesar 0,1486608. Sedangkan standar deviasi atau simpangan bakunya senilai 0,2215977 sehingga memiliki arti bahwa sebaran dan fluktuasi dari variabel *transfer pricing* rendah. Perusahaan sektor non keuangan menghasilkan nilai minimum yaitu 0 dan menghasilkan nilai *transfer pricing* tertinggi yaitu 0,898947.

Hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa *mean* dari variabel pajak untuk perusahaan sektor non keuangan yang *listed* dalam BEI sebesar 0,2707341. Sedangkan standar deviasi atau simpangan bakunya senilai 0,2641844 yang berarti bahwa sebaran dan fluktuasi dari variabel pajak tinggi. Perusahaan sektor non keuangan menghasilkan nilai minimum yaitu -1,577048 dan menghasilkan nilai *effective tax rate* tertinggi yaitu 1,484953.

Hasil Hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa *mean* dari variabel multinasionalitas pada perusahaan sektor non keuangan yang *listed* dalam BEI sebesar 0,2571597. Sedangkan nilai standar deviasi atau

simpangan bakunya sebesar 0,2234106 yang berarti bahwa sebaran dan fluktuasi dari variabel multinasionalitas tinggi. Perusahaan sektor non keuangan yang menghasilkan nilai minimum yaitu 0 dan menghasilkan nilai multinasionalitas tertinggi yaitu 1.

Hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa *mean* dari variabel *tunneling incentive* pada perusahaan sektor non keuangan yang *listed* dalam BEI sebesar 0,5314557. Sedangkan standar deviasi atau simpangan bakunya senilai 0,1863162 yang berarti bahwa sebaran dan fluktuasi dari variabel *tunneling incentive* tinggi. Perusahaan sektor non keuangan menghasilkan nilai minimum yaitu 0,2110415 dan menghasilkan nilai *tunneling incentive* tertinggi yaitu 0,925.

## 4.2. Pemilihan Model Regresi

### 4.2.1. Chow Test

Uji terhadap model regresi untuk digunakan pertama merupakan *chow test*. Pengujian ini diterapkan untuk mendapatkan model regresi dari data panel yang lebih baik antara *common effect model* (CEM) dan *fixed effect model* (FEM). Berikut hasil *chow test* menggunakan Stata 16.0:

Tabel 2. Hasil *Chow Test*

	<i>Probability F-Restricted</i>	$\alpha$	Keputusan
<i>Regression Model</i>	0,0000	0,05	Ha diterima (FEM)

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Berlandaskan hasil tabel 2, dapat disimpulkan melalui *chow test* menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Karena nilai tersebut lebih kecil dibandingkan  $\alpha$  (0,05) maka akan diputuskan bahwa untuk model yang direkomendasikan adalah *Fixed Effect Model* (FEM), kemudian uji dilanjutkan dengan *hausman test*.

### 4.2.2. Hausman Test

Kelanjutan uji yang harus dilakukan adalah *hausman test*. Penerapan uji ini untuk mengetahui model regresi dari data panel yang lebih baik diantara *Fixed Effect Model* (FEM) dengan *Random Effect Model* (REM) untuk digunakan dalam penelitian. Berikut hasil dari pengolahan *hausman test* menggunakan Stata 16.0:

Tabel 3. Hasil *Hausman Test*

	<i>Probability</i>	<i>Chi2</i>	Keputusan
<i>Regression Model</i>	0,5840	0,05	Ho diterima (REM)

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Berlandaskan hasil tabel 3, dapat disimpulkan melalui *hausman test* menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,5840. Karena nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan *chi2* (0,05) sehingga dapat ditarik keputusan bahwa model terpilih yaitu *Random Effect Model* (REM), uji dilanjutkan dengan *lagrange multiplier test*.

### 4.2.3. Lagrange Multiplier Test

Uji yang perlu dilakukan terakhir adalah *hausman test*. Penerapan uji ini untuk mengetahui model regresi dari data panel yang terbaik diantara *Common Effect Model* (CEM) dibandingkan *Random Effect Model* (REM). Berikut hasil *lagrange multiplier test* menggunakan Stata 16.0:

Tabel 4. Hasil *Breusch and Pagan Lagrangian Multiplier Test*

	<i>Probability</i>	<i>Chibar2</i>	Keputusan
<i>Regression Model</i>	0,0000	0,05	Ha diterima (REM)

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Berlandaskan hasil tabel 4, dapat disimpulkan melalui *breusch and pagan lagrangian multiplier test* menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Karena nilai tersebut lebih kecil jika dibandingkan *chibar2* (0,05) sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Random Effect Model* (REM) terpilih sebagai model regresi yang perlu digunakan pada penelitian ini.

### 4.3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menerapkan tiga uji asumsi klasik diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Tetapi berdasarkan terpilihnya *Random Effect Model* (REM) sebagai model regresi maka salah satu dari uji asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas dihilangkan. Menurut Fajri (2013), perhitungan *Random Effect Model* (REM) yang dilakukan melalui *Generalized Least Squares* (GLS) telah menambahkan faktor dari *heteroscedasity* dan *autocorrelation* maka uji tersebut tidak perlu dilakukan lagi.

#### 4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk memastikan model regresi yang terdiri dari variabel independen dan dependen telah terdistribusi secara normal. Hasil pengujian didasarkan pada perbandingan nilai probabilitas pada *Skewness Kurtosis* dengan tingkat  $\alpha$  (0,05). Adapun hasil pengujian *Skewness Kurtosis* yang diolah menggunakan Stata 16.0 sebagai berikut:

Tabel 5. *Skewness/Kurtosis tests for Normality*

Variable	Obs	Skewness	Kurtosis	adj chi2(2)	Prob>chi2
Resid	159	0,0000	0,0066	31,57	0,0000

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa penggunaan *skewness kurtosis* dengan bantuan Stata 16.0 maka nilai residual dari persamaan regresi yang dihasilkan yaitu 0,0000. Nilai tersebut menginterpretasikan bahwa data tidak terdistribusi secara normal karena berada dibawah nilai  $\alpha$  0,05. Dalam menormalkan data dapat diatasi salah satunya dengan menghitung nilai *Zskewness*. Batas toleransi data dianggap normal dari *Zskewness* yaitu antara -1,96 sampai dengan 1,96 untuk signifikansi 0,05. Berikut hasil pengujian *Zskewness* yang diolah menggunakan Stata 16.0 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *Zskewness*

Variable	Skewness	Keputusan
TP	1,682983	Normal
ETR	-0,7704628	Normal
MULT	1,272501	Normal
TUN	0,009005	Normal

Sumber: Hasil olahan perhitungan Stata 16.0

Melihat tabel 6, dapat diketahui bahwa dengan *Zskewness*, data *transfer pricing*, pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* telah berdistribusi secara normal. Hal ini dikuatkan melalui nilai *skewness* yang dihasilkan yaitu lebih besar dibandingkan -1,96 dan lebih kecil dibandingkan 1,96. Penelitian ini juga menggunakan asumsi dari *central limit theorem* yang menyampaikan bahwa ketika ukuran sampel cukup besar yaitu  $\geq 30$  maka data akan berdistribusi normal (Field, 2013).

#### 4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk melihat keberadaan hubungan diantara variabel independen pada model regresi penelitian ini. Adapun hasil uji multikolinearitas yang diolah menggunakan Stata 16.0 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas

Variable	VIF	1/VIF
ETR	1,03	0,969437
MULT	1,03	0,973304
TUN	1,01	0,985836
Mean VIF	1,02	

Sumber: Diolah dari Output Stata 16.0

Berlandaskan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat variabel satupun yang mempunyai nilai VIF  $\geq 10$ . Semua nilai VIF yang dihasilkan setiap variabel berada pada *range* angka 1. Sedangkan

untuk nilai *tolerance* tidak terdapat variabel dengan hasil nilai  $\leq 0,10$ . Hal ini mempunyai arti bahwa untuk model regresi pada penelitian ini tidak menimbulkan adanya masalah multikolinearitas.

#### 4.4. Analisis Model Regresi

Penelitian ini menetapkan analisis regresi linear berganda sebagai pengujian untuk setiap hipotesis yang dinyatakan. Adapun hasil regresi yang diperoleh untuk penelitian ini setelah melakukan regresi menggunakan metode *random effect model* pada Stata 16.0.

Tabel 8. Hasil *Random Effect Model* (REM)

TP	Coef.	Std. Err.	t	P >  t
ETR	0,0644425**	0,0315561	2,04	0,041
MULT	0,1355864***	0,0703267	1,93	0,054
TUN	-0,1902964	0,1345539	-1,41	0,157
_cons	0,1974807	0,0813924	2,43	0,015

Keterangan: \*signifikansi 1% \*\* signifikansi 5% \*\*\* signifikansi 10%

Sumber: Diolah dari Output Stata 16.0

Hasil analisis regresi menggunakan *random effect model* menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$TP_{it} = 0,1974807 + 0,0644425 ETR_{it} + 0,1355864 MULT_{it} - 0,1902964 TUN_{it}$$

Sesuai persamaan regresi di atas, akan terlihat variabel *transfer pricing* menghasilkan nilai konstanta sebesar 0,1974807 yang mempunyai arti apabila pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* dianggap memiliki nilai konstan, maka nilai dari *transfer pricing* sebesar 19,75%.

Nilai koefisien dari  $\beta_1$  yang positif yaitu sebesar 0,0644425 mempunyai arti dimana terdapat hubungan diantara variabel pajak dengan variabel *transfer pricing* yang searah. Hal ini membuktikan bahwa apabila pajak yang dibayarkan perusahaan mengalami kenaikan, sedangkan nilai dari multinasionalitas dan *tunneling incentive* konstan, maka nilai dari *transfer pricing* akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,0644425.

Nilai koefisien dari  $\beta_2$  yang positif yaitu sebesar 0,1355864 mempunyai arti bahwa terjadi hubungan yang memiliki arah sama diantara variabel multinasionalitas dengan variabel *transfer pricing*. Kondisi ini membuktikan bahwa setiap bertambahnya anak perusahaan yang dimiliki di luar negeri, sedangkan nilai dari pajak dan *tunneling incentive* konstan, maka nilai dari *transfer pricing* akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,1355864.

Nilai koefisien dari  $\beta_3$  yang negatif yaitu sebesar -0,1902964 mempunyai arti dimana terdapat hubungan yang berlawanan arah diantara variabel *tunneling incentive* dengan variabel *transfer pricing*. Hal ini membuktikan bahwa kepemilikan mayoritas mengalami peningkatan, sedangkan nilai dari pajak dan multinasionalitas konstan, maka nilai dari *transfer pricing* akan turut menghadapi penurunan sebesar 0,1974807.

#### 4.5. Uji Hipotesis

##### 4.5.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji statistik t diterapkan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dari setiap variabel independen yaitu pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* pada variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dimana hipotesis yang berlawanan dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dimana hipotesis tersebut sejalan.

Hasil dari hipotesis pertama yang diajukan menunjukkan bahwa pajak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berlandaskan tabel 8 dapat diketahui bahwa untuk variabel pajak yang pengukurannya dilakukan dengan *effective tax rate* menghasilkan koefisien dari  $\beta_1$  0,0644425 dan nilai probabilitas sebesar 0,041. Nilai probabilitas yang dihasilkan tersebut lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$  (0,05) menginterpretasikan bahwa untuk tingkat keyakinan sebesar 95% pajak yang ditanggung oleh suatu perusahaan berpengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan perusahaan menerapkan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non keuangan yang *listed* di BEI sehingga untuk hipotesis pertama dapat terbukti dan diterima.

Hasil dari hipotesis kedua yang diajukan menunjukkan bahwa multinasionalitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berlandaskan tabel 8 diperoleh bahwa

untuk variabel multinasionalitas menghasilkan koefisien dari  $\beta_2$  0,1355864 dan nilai probabilitas sebesar 0,054. Nilai probabilitas yang dihasilkan tersebut lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$  (0,10) menginterpretasikan untuk tingkat keyakinan sebesar 90% banyaknya perusahaan anak bertempat di luar negeri yang dimiliki perusahaan mempengaruhi secara positif serta signifikan pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non keuangan yang *listed* di BEI sehingga untuk hipotesis kedua dapat terbukti dan diterima.

Hasil dari hipotesis ketiga yang diajukan menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berlandaskan tabel 8 dapat diketahui untuk variabel *tunneling incentive* yang menghasilkan koefisien dari  $\beta_3$  -0,1902964 dan nilai probabilitas sebesar 0,157. Nilai probabilitas yang dihasilkan tersebut lebih besar dibandingkan nilai  $\alpha$  (0,05) menginterpretasikan untuk tingkat keyakinan sebesar 95% adanya kepemilikan saham oleh pengendali tidak mempengaruhi secara signifikan pada keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non keuangan yang *listed* di BEI sehingga hipotesis ketiga tidak terbukti dan ditolak.

#### 4.5.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Penelitian ini menggunakan uji statistik f untuk mengungkapkan pengaruh dari variabel independen yaitu pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* yang secara serentak terhadap variabel dependen yang dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Berikut ini hasil pengujian statistik f yang diolah menggunakan Stata 16.0:

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

	Wald chi2(3)	Pro>chi2	$\alpha$
Regression Model	10,35	0,0158	0,05

Sumber: Diolah dari Output Stata 16.0

Berlandaskan tabel 9 dapat dilihat bahwa pada tingkat keyakinan sebesar 95% nilai probabilitas lebih kecil dibandingkan nilai  $\alpha$  (0,05) sebesar 0,0158 berarti bahwa ketiga variabel independen secara serentak mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Nilai *wald chi2 test* sebesar 10,35 dengan nilai *Pro>chi2* sebesar 0,0158 menginterpretasikan bahwa secara serentak variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variabel independen *transfer pricing*.

#### 4.5.3. Uji Kelayakan Model Regresi

Uji kelayakan dari model regresi yang diterapkan untuk penelitian ini yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji dilakukan dalam rangka mengukur besarnya persentase dari kemampuan model regresi dalam menggambarkan variabel dependennya. Berikut ini merupakan hasil pengujian kelayakan model regresi melalui olah data pada Stata 16.0:

Tabel 10. Hasil Uji Kelayakan Model Regresi

	R-sq		
	Within	between	overall
Regression Model	0,0434	0,1182	0,1108

Sumber: Diolah dari Output Stata 16.0

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai dari *R-squared* dengan model regresi yaitu *random effect model* sebesar 0,1182. Nilai tersebut menggambarkan bahwa pengaruh dari pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non keuangan yang telah *listed* di BEI sebesar 0,1182 atau 11,82%, sehingga dapat disimpulkan dimana model penelitian ini mampu menjelaskan variasi dari keputusan *transfer pricing* sebesar 11,82%. Sisa persentase yaitu sebesar 88,18% dijelaskan variabel lain yang tidak berada di dalam penelitian.

## 5. Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian proses terkait hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dalam menguji pengaruh dari variabel pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan yang diambil perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 53 perusahaan sektor

non keuangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019 dengan kriteria yang telah dipenuhi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu pajak dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, yang artinya bahwa  $H_1$  yang diajukan diterima. Hal ini menggambarkan apabila pajak yang ditetapkan untuk dibayar pihak perusahaan mengalami kenaikan maka keputusan *transfer pricing* akan mengalami kenaikan, sebaliknya jika pajak yang semestinya dibayarkan perusahaan mengalami penurunan maka akan menurunkan keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu multinasionalitas dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, yang artinya bahwa  $H_2$  yang diajukan diterima. Hal ini menggambarkan semakin banyak anak perusahaan di luar negeri maka keputusan *transfer pricing* akan mengalami peningkatan, sebaliknya semakin sedikit anak perusahaan di luar negeri maka keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan semakin menurun.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen yaitu *tunneling incentive* tidak dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, yang artinya bahwa  $H_3$  yang diajukan ditolak. Hal ini menggambarkan ada dan tidaknya pemegang saham mayoritas tidak dapat membawa pengaruh untuk perusahaan dalam memutuskan *transfer pricing*.

### **Limitasi dan studi lanjutan**

Adapun keterbatasan dari meneliti pengaruh pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* adalah jumlah sampel yang dipergunakan untuk penelitian ini karena penetapan kriteria banyak yang tidak terpenuhi oleh perusahaan. Sehingga untuk hasil dari penelitian ini tidak dapat sepenuhnya mencapai tingkat kebenaran yang mutlak. Saran bagi peneliti yang selanjutnya meneliti hal serupa bahwa diharapkan menambah populasi perusahaan menjadi seluruh perusahaan yang *listed* dalam Bursa Efek Indonesia agar akupannya lebih luas dan memakai periode pengamatan yang lebih panjang sehingga mampu menginterpretasikan hasil yang dapat lebih baik lagi. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel independen lain diluar dari penelitian ini seperti *exchange rate*, kepemilikan asing, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, *intangible assets*, dan sebagainya. Di sisi lain, peneliti lanjutan juga diharapkan dapat menerapkan proksi pengukuran yang lainnya apabila ingin mengukur pajak, multinasionalitas, dan *tunneling incentive*.

### **Ucapan terima kasih**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

### **Referensi**

- Akhadya, D. P., & Ariefiara, D. (2019). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Dan Kepemilikan Asing terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 6(3), 1–20.
- Bisnis.com. (2019). OECD: Kasus Transfer Pricing Meningkat. Diakses pada 21 Oktober 2020, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190918/259/1149724/oecd-kasus-transfer-pricing-meningkat>
- Cahyadi, A. S., & Noviari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441–1473.
- Casson, M. (2015). Coase and International Business: The Origin and Development of Internalisation Theory. *Managerial and Decision Economics*, 36, 55–66.
- CNBC Indonesia. (2019). Disebut Terlibat Transfer Pricing Adaro, Siapa Coaltrade?. Diakses pada 11 Oktober 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190704205102-4-82830/disebut-terlibat-transfer-pricing-adaro-siapa-coaltrade>
- Darussalam, Septriadi, D., dan Kristiaji, B. B. (2013). *Transfer Pricing Ide, Strategi, Dan Panduan Praktis Dalam Perspektif Pajak Internasional*, Edisi 1, Jakarta: Danny Darussalam Tax Center.
- Fauziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus

- Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Akuntansi*, 18(1), 115–128.
- Field, Andy. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*, Edisi 4, Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriaswari, Y. N., & Aprilia, R. (2017). The influence of tax, tunneling incentive, and bonus mechanisms on transfer pricing decision in manufacturing companies. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 69–78.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63–77.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). APBN 2019. Diakses 6 Oktober 2020, dari <https://www.kemenkeu.go.id/apbn2019>.
- 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.
- Kontan.co.id. (2019). *Dilaporkan melakukan penghindaran pajak, Bentoel angkat bicara*. Diakses pada 21 Oktober 2020, dari <https://nasional.kontan.co.id/news/dilaporkan-melakukan-penghindaran-pajak-bentoel-angkat-bicara>
- Masripah, Diyanty, V., & Fitriasar, D. (2015). Controlling Shareholder and Tax Avoidance: Family Ownership and Corporate Governance. *International Research Journal of Business Studies*, 8(3), 167–180.
- Masripah, Yulianti, R. & Anafiah, V. A. (2015). Pengaruh Struktur Dewan Direksi dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Kualitas Laba dan Kinerja Perusahaan. *Akuntansi Manajemen*, 4(2), 218-239.
- Nazihah, A., Azwardi, & Fuadah, L. L. (2019). The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 5(1), 1–17.
- Ramadhan, M. R., & Kustiani, N. A. (2017). Faktor-Faktor Penentu Agresivitas Transfer Pricing.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 9(2), 136–150.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (2008). Internalization Theory and its Impact on the Field of International Business. *Research in Global Strategic Management*, 14, 155–174.
- Saifudin, & Putri, L. S. (2018). Determinasi Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Emiten BEI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 32–43.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan Pajak*, Edisi 6, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi 2, Yogyakarta: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Pajak Penghasilan. 23 September 2008. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133. Jakarta.
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa. 11 November 2011. Direktorat Jenderal Pajak. Jakarta.
- Waworuntu, & Hadisaputra. (2016). Determinants of Transfer Pricing Aggressiveness in Indonesia. *PERTANIKA Journal of Social Sciences & Humanities*, 24, 95–110.