

## **Pengaruh Tunneling Incentive, Leverage, Manajemen Pajak, Profitabilitas, Exchange Rate, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing**

### ***The Effect of Tunneling Incentives, Leverage, Tax Management, Profitability, Exchange Rates, and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing***

**Aisha Candrawati<sup>a\*</sup>, Kurnia Rina Ariani<sup>b</sup>**

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>a,b</sup>

<sup>a</sup>b200210175@student.ums.ac.id \*, <sup>b</sup>kra123@ums.ac.id

Disubmit : 10 Juni 2025, Diterima : 1 Juli 2025, Dipublikasi : 15 Juli 2025

#### **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of tunneling incentive, leverage, tax management, profitability, exchange rate, and bonus mechanism on transfer pricing practices in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2022–2023. This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from companies' annual reports. Samples were selected through purposive sampling based on criteria: manufacturing firms that publish complete financial reports, provide relevant data, and are controlled by foreign shareholders with at least 20% ownership. Data analysis was conducted using logistic regression, preceded by descriptive statistics and classical assumption testing. The results indicate that tunneling incentive, tax management, and profitability have a significant effect on transfer pricing, whereas leverage, exchange rate, and bonus mechanism show no significant impact. These findings suggest that firms with high foreign ownership, greater tax burdens, and strong profitability levels are more likely to engage in transfer pricing practices to optimize profits and tax efficiency.*

**Keywords:** Bonus Mechanism, Leverage, Profitability, Transfer Pricing, Tunneling Incentive.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, exchange rate, dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan. Sampel dipilih melalui teknik purposive sampling dengan kriteria: perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan lengkap, memiliki data relevan, dan dikendalikan oleh pemegang saham asing minimal 20%. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi logistik, didahului oleh analisis deskriptif dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tunneling incentive, manajemen pajak, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, sedangkan leverage, exchange rate, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan kepemilikan asing yang dominan, beban pajak tinggi, dan tingkat profitabilitas besar cenderung melakukan praktik transfer pricing untuk memaksimalkan laba dan efisiensi pajak.

**Kata Kunci:** Leverage, Mekanisme Bonus, Profitabilitas, Transfer Pricing, Tunneling Incentive.

## **1. Pendahuluan**

Globalisasi telah memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang, terutama dalam ekonomi global. Pergerakan barang, jasa, dan modal antar negara kini menjadi lebih luas dan fleksibel, tidak terhalang oleh batas-batas nasional. Perusahaan-perusahaan nasional tidak lagi terbatas hanya pada operasi domestik, perusahaan nasional kini mengembangkan jangkauan mereka menjadi perusahaan

multinasional. Hal ini memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memperluas bisnis mereka di berbagai negara. Sehingga mendapatkan hasil berupa perkembangan perusahaan tidak hanya terpusat di satu negara, melainkan juga menjangkau wilayah internasional. Keterbukaan pasar global yang lebih luas menghapuskan sekat-sekat perdagangan antar negara, memungkinkan arus barang, jasa, dan modal untuk bergerak bebas tanpa hambatan. (Rahayu dkk, 2020)

Kondisi ini mendorong perusahaan untuk membangun hubungan yang kuat dengan afiliasi mereka di berbagai negara guna meraih keuntungan yang optimal. Perusahaan tunggal dalam satu negara, pengeluaran biaya dapat diukur dengan lebih mudah, berbeda dengan perusahaan multinasional yang menghadapi tantangan dalam menentukan harga penjualan dan biaya, yang merupakan upaya untuk memantau dan mengevaluasi kinerja perusahaan secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan akuntansi seperti *transfer pricing* untuk menetapkan harga yang sesuai. (Nisa, 2018)

Pemerintah merespons fenomena penyalahgunaan *transfer pricing* dengan mengeluarkan kebijakan baru yang mengharuskan setiap perusahaan yang mencapai omset tertentu untuk menyusun dokumen *transfer pricing*. Dokumen ini harus mencantumkan nilai transaksi yang dilakukan dengan perusahaan terafiliasi. *Transfer pricing* pada dasarnya adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan, namun sering kali juga dimanfaatkan untuk memindahkan keuntungan dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Contohnya, sebuah perusahaan dapat mentransfer keuntungan dari satu anak perusahaan di negara yang menetapkan pajak tinggi ke perusahaan terafiliasi di negara dengan pajak lebih rendah. Dengan cara ini, keseluruhan grup perusahaan dapat mengakumulasi keuntungan yang lebih besar daripada yang dapat diperoleh jika keuntungan tersebut dikenai pajak di masing-masing negara tempat perusahaan tersebut beroperasi. (Kurniawan, 2018)

Penentuan harga transfer adalah penentuan harga atas transaksi produk, jasa, transaksi finansial, ataupun *intangible assets* antar perusahaan yang berelasi. *Transfer pricing* digolongkan menjadi dua yaitu penentuan harga transfer antar divisi yang masih dalam satu perusahaan dan penentuan harga transfer atas transaksi antar-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.

Metode penentuan *transfer pricing* untuk transaksi yang dilakukan antardivisi yang masih berada dalam perusahaan yang sama dinamakan *intra-company transfer pricing*. Sedangkan metode penentuan harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa disebut dengan *inter-company transfer pricing*. *Inter-company transfer pricing* sendiri dapat digolongkan menjadi *domestic transfer pricing* dan *international transfer pricing*. Perbedaan keduanya adalah *domestic transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berada di negara yang sama sedangkan *international transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berkedudukan di negara yang berbeda (Setiawan, 2014). *Transfer pricing* dapat menimbulkan masalah dan sulit untuk menyelesaikan masalah tersebut karena terkait dengan bea cukai, ketentuan anti dumping, serta persaingan usaha yang tidak sehat (Yuniasih, et al, 2012). *Transfer pricing* dapat dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan transaksi penjualan barang atau jasa, dengan cara memperkecil harga jual antar-perusahaan dan menstarsfer laba yang diperoleh ke perusahaan relasi yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah (lubab, 2017).

Keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *tunneling incentive*. Menurut (Hertanto et al., 2023), *Tunneling* adalah tindakan pemindahan sumber daya dan laba perusahaan untuk keuntungan pemilik mayoritas kepemilikan saham atau manajemen. Hal ini dapat merugikan pemegang saham minoritas, yang memiliki sebagian kepemilikan saham yang lebih kecil dan memiliki dampak yang kurang signifikan terhadap perusahaan. Contoh dari *tunneling incentive* ini adalah tidak membagikan deviden, menjual aset dan sekuritas dari perusahaan satu ke perusahaan lain dengan harga di bawah pasar, serta memilih anggota keluarga yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di sebuah perusahaan (La Porta dalam Kharisma, 2014 dalam Noviasstka, 2016). Beberapa bentuk *tunneling* adalah *loan guarantees*, penjualan produk di bawah harga pasar, dan manipulasi pembayaran dividen kepada investor.

Penelitian mengenai *tunneling incentive* yang dilakukan oleh Febra Robiyanto dan Zuliyati (2022) mengatakan bahwa *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing* karena nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasinya. Namun hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian Safira, Abduh, dan Putri (2021) serta Tarmidi dan Novitasari (2022) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* memberikan pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap *transfer pricing*.

*Leverage* merupakan tingkat utang yang dimiliki perusahaan dalam pembiayaan (Herfiana, 2022). Berdasarkan Rahayu dalam Widiastuti, Salam (2021), *leverage* adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekayaan perusahaan yang berasal dari utang atau modal, sehingga posisi perusahaan dan kewajiban tetapnya kepada pihak lain, serta keseimbangannya. nilai aktiva tetap dengan modal dapat diketahui.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Arda Nuzul Ramadhany, Muhammad Nuryatno Amin (2023) menuliskan bahwa *Leverage* berdampak negatif pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan pengaruhnya kecil atau tidak ada sama sekali. Hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Apriani, Putri, & Umiyati (Apriani et al., 2020) mengungkapkan bahwa dalam hasil penelitiannya jika *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan penerapan *transfer pricing* dalam perusahaan. Hal tersebut diakibatkan karena *leverage* bisa menjadi faktor yang mendorong keagresivitasan keputusan penerapan *transfer pricing* dengan tujuan mengurangi beban pajak perusahaan serta hasil penelitian yang sama ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Bela Pratiwi (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Manajemen pajak konteksnya dalam perpajakan di Indonesia adalah hal yang lazim atau legal dilakukan dalam perusahaan karena kegiatan ini sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Hal mendasar dilakukannya manajemen pajak dalam suatu perusahaan selain meminimalkan beban pajaknya adalah ketidakinginan perusahaan keliru dalam membayar pajak. Menurut Prof. Dr. P.J. Adriani dalam Ilyas dan Suhartono (2009), yang dikutip oleh Noviasstika (2016), Pajak adalah iuran yang harus dibayar oleh masyarakat kepada negara tanpa mendapat jasa timbal balik yang langsung dapat ditunjukkan, dan dana tersebut digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dalam konteks penelitian ini, variabel manajemen pajak nantinya akan diukur menggunakan *effective tax rate* (ETR), yaitu persentase tarif pajak yang sebenarnya dibayar oleh perusahaan. ETR dihitung berdasarkan informasi keuangan yang diungkapkan oleh perusahaan serta

merupakan cara untuk mengukur tingkat pajak yang efektif dikenakan pada perusahaan (Aunalal, 2011; Hanum, 2013, seperti yang dikutip dalam Noviaastika, 2016). Perusahaan multinasional melakukan perencanaan pajak dengan berbagai cara antara lain: *transfer pricing*, *thin capitalization*, *repatriasi* modal, kontrol valuta asing, penghindaran pajak ganda internasional dan kredit pajak luar negeri, perlindungan/fasilitas perpajakan berdasarkan perjanjian, pendirian perwakilan, cabang atau anak perusahaan (Santoso dalam Karisma, 2014; Noviaastika, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ardiani Ika Sulistyawati (2020) menuliskan bahwa pajak tidak mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur. Hasil pengujian mendapatkan bahwa ETR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Baiti & Suryani (2020) yang menyatakan bahwa keputusan *transfer pricing* tidak dipengaruhi oleh *effective tax rate* secara parsial. Hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Febra Robiyanto, Zuliyati, Eria Novitasari (2022) yang menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Ketika pajak yang dibayarkan meningkat maka perusahaan akan cenderung akan melakukan *transfer pricing*.

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan, semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* (Sudarmadji dkk, 2007). Menurut Sari dalam Rizky & Adam (2021), Perusahaan menjalankan bisnisnya dengan tujuan menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya. Profitabilitas adalah *matriks* umum yang digunakan untuk menilai seberapa sukses suatu perusahaan mengelola bisnisnya.

Hasil penemuan penelitian oleh Prasetio dan Mashuri (2021) menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas. Hasil yang sama didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Melvie Paramitha (2021) dan menyimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *transfer pricing*. Tetapi hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Eling dan Abdullah (2018) dan Anisa dan Naniek (2018), kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan manajemen melakukan *transfer pricing*.

*Exchange Rate* atau nilai tukar atau kurs merupakan nilai mata uang suatu negara yang dinyatakan dalam mata uang negara lain yang digunakan untuk transaksi perdagangan. Manurung (2016) mendefinisikan kurs valuta asing adalah nilai tukar valuta asing terhadap Rupiah dan masyarakat Indonesia lebih mengingat kurs valuta asing berupa kurs *dollar AS*. Beberapa perusahaan multinasional telah mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) dengan memindahkan dana atau uang ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan, Landry, & Jalbert, 2002). Hasil dari kedua penelitian yang dilakukan oleh Febra Robiyanto, Zuliyati, Eria Novitasari (2022) dan Syarah Sefty Andraeni (2017) menghasilkan kesimpulan penelitian yang sama yaitu menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

Mekanisme Bonus merupakan kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan dalam pencapaian tujuan perusahaan yang sudah ditargetkan. (Refgia, 2017). Sistem kinerja mekanisme bonus memberikan

pengaruh terhadap kinerja manajemen. Kane et al.,(2005) dalam Pujianingsih (2011) Niken Lailiyul (2014) dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen dibawah 5 persen terdapat keinginan dari manajer melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Allysa Rochmadina T, Nurhidayati dan Junaidi (2017), Saraswati (2017), Hartati (2014), & Lo et al (2010) mengemukakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ira Geraldina (2023) menyatakan bahwa Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Putri Arda Nuzul Ramadhany, Muhammad Nuryatno Amin (2023) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh pajak, leverage, profitabilitas, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini akan menguji kembali dengan menambahkan variabel *Exchange Rate* dan Mekanisme Bonus. Penelitian ini akan menguji secara menyeluruh mengenai pengaruh *Tunneling Incentive*, *Leverage*, Manajemen Pajak, Profitabilitas, *Exchange Rate* dan Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan dipilihnya perusahaan *energy* sebagai subjek penelitian ialah perusahaan ini memiliki potensi tinggi untuk melakukan *transfer pricing*.

## **2. Tinjauan Literatur**

### **Teori Keagenan**

Interaksi antara sejumlah prinsipal dan agen yang diwajibkan oleh kontrak untuk mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan dijelaskan oleh teori keagenan. Agen diperkirakan akan mengabaikan keinginan pemegang saham demi kepentingan pribadinya saat mengambil Keputusan dikutip dalam Rizky & Adam (2021) sebagai Meckling (1976). Gagasan ini memperjelas perbedaan antara pemangku kepentingan (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen). Teori keagenan dapat menghubungkan antara *Tunneling Incentive* dan *transfer pricing* dikarenakan teori keagenan itu sendiri menjelaskan konflik antara pemegang saham mayoritas dengan manajemen (Sari, Hermawan & Fitriana, 2021).

### **Transfer Pricing**

Transfer pricing merupakan harga yang dibebankan dalam transaksi penjualan barang, jasa, atau aset tak berwujud antar pihak yang memiliki hubungan istimewa dalam satu grup perusahaan, baik dalam satu negara maupun lintas negara (Garrison, Noreen & Brewer dalam Lingga, 2012; Chalimatussa, 2020). Praktik ini sering terjadi pada perusahaan multinasional karena adanya afiliasi antar entitas yang memungkinkan penetapan harga transfer secara internal (Refiga, 2017). Dalam konteks perpajakan, transfer pricing berpotensi menimbulkan risiko penghindaran pajak, karena perusahaan dapat mengatur laba untuk meminimalkan beban pajak, mengingat pajak umumnya dikenakan atas dasar laba perusahaan (Daniel et al., 2017). Menurut Susan M. Lyons dalam Lingga (2012), transfer pricing juga mencakup penetapan harga atas barang atau jasa antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, sehingga pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa transfer pricing adalah mekanisme penentuan harga dalam transaksi antar entitas berelasi yang berpotensi berdampak pada pengenaan pajak.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *transfer pricing***

*Tunneling incentive* terwujud akibat konflik keagenan yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Tindakan pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset atau keuntungan untuk keuntungan pribadinya biasa disebut dengan *tunneling incentive*. Namun, penting untuk dicatat bahwa pemilik minoritas

juga menghadapi kerugian terkait. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai perhitungan dari *tunneling incentive* pada sebuah perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan perusahaan melakukan aktivitas *transfer pricing*. Penelitian oleh Safira, Abduh, dan Putri (2021) serta Tarmidi dan Novitasari (2022) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* memberikan pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut:

**H1** : *Tunneling Incentive* berpengaruh pada *transfer pricing*

### **Pengaruh Leverage terhadap transfer pricing**

Sari, et al (2019) menyatakan rasio leverage menunjukkan seberapa besar pengaruh hutang terhadap *asset* perusahaan. *Leverage* menggambarkan sejauh mana penggunaan hutang dalam membiayai kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang signifikan diperkirakan menempatkan *transfer pricing* di urutan kedua setelah melunasi utangnya kepada kreditor. Teori keagenan, yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* perusahaan mempengaruhi seberapa baik kekayaan ditransfer dari kreditor ke pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan lebih berhati-hati melakukan praktik *transfer pricing* berapapun besarnya nilai *leverage* yang diperoleh. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Ardha Nuzul Ramadhany dan Muhammad Nuryatno Amin (2023) yang menyatakan bahwa *transfer pricing* dipengaruhi secara negatif dan dapat diabaikan oleh *leverage*.

Maka dari penjelasan yang sudah dituliskan di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H2** : *Leverage* berpengaruh pada *transfer pricing*

### **Pengaruh Manajemen pajak terhadap transfer pricing**

Pemanfaatan *transfer pricing* oleh perusahaan berkaitan dengan implikasi perpajakannya. Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, perusahaan berusaha meminimalkan kewajiban pajak mereka. Tarif pajak bervariasi di berbagai negara. Perusahaan multinasional yang beroperasi di negara dengan tarif pajak tinggi, seperti Indonesia, sering kali mencoba membenarkan upaya mereka untuk mengurangi kewajiban perpajakannya (Ramadhany dan Amin, 2023). Ketika nilai pajak yang diperoleh pada suatu perusahaan meningkat, maka kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* juga meningkat. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian Noviasatika, dkk (2016), Refgia (2017) Purwanto dan Tumewu (2018), Agustina (2019), dan Ade Maya Saraswati (2021) yang menyatakan bahwa pajak memiliki pengaruh atau berpengaruh terhadap *Transfer pricing*. Dapat diartikan bahwa

Maka dari penjelasan yang sudah dituliskan di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

**H3** : Manajemen pajak berpengaruh pada *transfer pricing*

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap transfer pricing**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri (Barus dan Leliani, 2013). Sedangkan menurut Hery (2016:104) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Dalam hal ini profitabilitas dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi investor maupun kreditor dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Penyesuaian *transfer pricing* ini dilakukan untuk dapat menyesuaikan laba yang diperoleh, agar tarif pajak yang dibayarkan oleh perusahaan lebih rendah. Perusahaan dengan nilai profitabilitas yang tinggi sebuah kemungkinan suatu perusahaan akan menerapkan *transfer pricing* karena memiliki sumber daya yang lebih dari mencukupi akan semakin tinggi. Asumsi tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Agustina (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut:

**H4** : Profitabilitas berpengaruh pada *transfer pricing*

**Pengaruh Exchange Rate terhadap *transfer pricing***

Menurut Sadono Sukirno (2011) nilai tukar adalah nilai tukar mata uang (*exchange rate*) atau sering disebut kurs sebagai harga mata uang terhadap mata uang lainnya. Teori agensi menunjukkan bahwa adanya faktor motivasi, individu memilih salah satu cara yaitu dengan *transfer pricing* untuk memaksimalkan manfaat nilai tukar keseluruhan (atau meminimalkan kerugian nilai tukar keseluruhan) terhadap perusahaan. Sehingga semakin tinggi keinginan untuk memaksimalkan manfaat nilai tukar rupiah maka semakin besar praktik *transfer pricing*. Perusahaan multinasional yang berusaha untuk mengurangi risiko nilai tukar akan melakukan pemindahan dana ke mata uang lain dengan menggunakan *transfer pricing*, sehingga semakin tinggi nilai *exchange rate* sebuah perusahaan maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarah Sefty Andraeni (2017) menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut:

**H5** : *Exchange Rate* berpengaruh pada *transfer pricing*

**Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing***

Sistem bonus adalah aspek lain yang membantu bisnis memutuskan apakah akan menggunakan *transfer pricing* atau tidak. Manajemen perusahaan akan menerapkan sistem bonus karena mereka menekankan kepentingan diri mereka sendiri, terutama menerima bonus, lebih mempertimbangkan pendekatan terbaik untuk memenuhi tujuan perusahaan, dan mereka terlibat dalam *transfer pricing* (Amelia & Asalam, 2022). Memaksimalkan laba perusahaan menggunakan *transfer pricing* maka semakin besar bonus yang diterima oleh dewan direksi atau karyawan lainnya, maka semakin tinggi perusahaan memberi bonus ke karyawan maka semakin tinggi perusahaan melakukan kegiatan *transfer pricing*. Hipotesis ini didukung oleh penelitian Saraswati (2017), Hartati (2014), Lo et al (2010), dan Risca Amelia dan Ardan Gani Asalam (2022) yang membuktikan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut:

**H6** : Mekanisme Bonus berpengaruh pada *transfer pricing*.

### 3. Metode

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, nilai tukar, dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022–2023. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, dengan sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan lengkap, memiliki informasi yang dibutuhkan, dan dikendalikan oleh pemegang saham asing minimal 20%. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah transfer pricing, sementara variabel independennya meliputi tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, exchange rate, dan mekanisme bonus, masing-masing diukur melalui indikator tertentu yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda, didahului oleh analisis statistik deskriptif dan pengujian asumsi klasik, termasuk uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji hipotesis meliputi koefisien determinasi untuk mengukur kontribusi variabel bebas

terhadap variabel terikat, uji F untuk melihat pengaruh simultan, serta uji t untuk menilai pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap transfer pricing.

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

##### Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, nilai tukar (exchange rate), dan mekanisme bonus terhadap praktik transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data numerik melalui teknik statistik. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, yang tersedia di situs resmi BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) maupun website masing-masing perusahaan. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang dirancang untuk mewakili populasi secara relevan, dengan hasil seleksi sampel disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 1. Hasil Analisis Data Perusahaan Manufaktur**

No	Kriteria	Jumlah Data
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022-2023.	456
2.	Perusahaan sektor manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan lengkap pada tahun 2022-2023 di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berisi data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini.	406
3.	Perusahaan sektor manufaktur yang dikendalikan oleh perusahaan asing dengan presentase kepemilikan saham 20% atau lebih.	152
4.	Perusahaan yang memiliki data dan informasi lengkap yang digunakan dalam penelitian ini.	127
	Data Outlier	4
	Jumlah Sampel Penelitian	<b>123</b>

Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan oleh beberapa kriteria diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 123 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2022-2023.

##### Hasil Analisis Data

##### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TP	123	0.00	0.987	0.3231	0.31508
TNC	123	0.20	0.998	0.5436	0.26263
DER	123	-4.42	7.999	1.0354	1.43380
ETR	123	-6.17	0.807	0.1027	0.61563
ROA	123	-1.22	0.313	0.0572	0.09480
ER	123	-3.38	5.902	0.0325	0.75768
MB	123	-33.15	15.381	0.2838	3.82806
Valid N (listwise)	123				

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji statistik deskriptif terhadap 123 unit data menunjukkan variasi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari tujuh variabel penelitian, yaitu transfer pricing, tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, exchange rate, dan mekanisme bonus. Transfer pricing yang diukur dari proporsi piutang pihak berelasi memiliki nilai mean sebesar 0,3231 dengan standar deviasi 0,31508, menunjukkan data yang relatif homogen. Tunneling incentive yang diukur dari kepemilikan asing terhadap total saham memiliki mean 0,5436 dan standar deviasi 0,26263, juga tergolong homogen. Leverage, diukur dengan DER, memiliki mean 1,0354 dan standar deviasi 1,4338, menunjukkan variasi data yang tinggi. Manajemen pajak (ETR) memiliki nilai mean 0,1027 dan standar deviasi 0,61563, mengindikasikan keragaman data. Profitabilitas (ROA) menunjukkan mean 0,0572 dan standar deviasi 0,09480, juga mencerminkan variabilitas. Exchange rate, diukur dari rasio laba/rugi selisih kurs terhadap laba sebelum pajak, memiliki mean 0,0325 dan standar deviasi 0,75768, menandakan data yang bervariasi. Mekanisme bonus, dihitung dari pertumbuhan laba bersih, memiliki mean 0,2838 dan standar deviasi 3,82806, yang juga menunjukkan tingkat keragaman data yang tinggi.

### Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, data penelitian ini dinyatakan memenuhi syarat validitas model. Uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 ( $> 0,05$ ), yang berarti data residual terdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , seperti tunneling incentive (0,985; 1,015), leverage (0,974; 1,026), manajemen pajak (0,991; 1,009), profitabilitas (0,996; 1,004), exchange rate (0,988; 1,012), dan mekanisme bonus (0,969; 1,032), sehingga tidak ditemukan indikasi multikolinearitas.

Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas dengan Rank Spearman menunjukkan nilai signifikansi semua variabel  $> 0,05$ , yakni antara 0,247 hingga 0,971, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sementara itu, uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson menghasilkan nilai 2,005 yang berada di antara batas dL (1,6049) dan 4-dU (2,191), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dalam model. Dengan demikian, seluruh asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak untuk digunakan dalam analisis.

### Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized		
				Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.296	0.127		10.191	<0.001
	TNC	0.088	0.036	0.202	2.426	0.017
	DER	0.087	0.059	0.123	1.464	0.146
	ETR	-0.112	0.035	-0.265	-1.185	0.002
	ROA	0.132	0.041	0.271	3.262	0.001
	ER	-0.031	0.033	-0.080	-0.960	0.339
	MB	-0.039	0.036	-0.092	-1.098	0.274

Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$TP = 1,296 + 0,088X_1 + 0,087X_2 - 0,112X_3 + 0,132X_4 - 0,031X_5 - 0,039X_6 + e$$

Berdasarkan hasil regresi, konstanta sebesar 1,296 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen tetap, maka transfer pricing akan meningkat sebesar

1,296. Variabel *tunneling incentive*, *leverage*, dan *profitabilitas* masing-masing memiliki koefisien positif sebesar 0,088; 0,087; dan 0,132, yang mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel-variabel tersebut akan mendorong peningkatan transfer pricing. Sebaliknya, variabel *manajemen pajak*, *exchange rate*, dan *mekanisme bonus* menunjukkan koefisien negatif masing-masing sebesar -0,112; -0,031; dan -0,039, yang berarti bahwa kenaikan pada variabel-variabel ini akan menurunkan kecenderungan perusahaan untuk melakukan transfer pricing. Dengan demikian, faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan memiliki arah pengaruh yang bervariasi terhadap praktik transfer pricing.

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.452a	0.204	0.163	0.62769829

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,163 yang menunjukkan bahwa 16,3%. Artinya komposisi variabel independen yang terdiri dari *tunneling incentive*, *leverage*, manajemen pajak, profitabilitas, *exchange rate*, dan mekanisme bonus memiliki pengaruh sebesar 16,3% terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing*, sedangkan sisanya sebesar 83,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

**Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.724	6	1.954	4.959	<0.001b
	Residual	45.705	116	0.394		
	Total	57.429	122			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel tersebut diperoleh nilai F hitung sebesar 4.959 dan nilai signifikansi ( $0.001 < 0.05$ ), maka hipotesis diterima disebabkan oleh F hitung ( $4.959 > F$  tabel (2.18)) dan artinya variabel *tunneling incentive*, *leverage*, manajemen pajak, profitabilitas, *exchange rate*, dan mekanisme bonus berpengaruh pada variabel *transfer pricing*.

#### Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik T)

**Tabel 6. Hasil Uji Statistik T**

Variabel	Signifikansi	Thitung	Ttabel	Keterangan
tunneling incentive	0,017	2,426	1,981	H1 Diterima
leverage	0,146	1,464	1,981	H2 Ditolak
manajemen pajak	0,002	-3,185	1,981	H3 Diterima
profitabilitas	0,001	3,262	1,981	H4 Diterima
exchange rate	0,339	-0,960	1,981	H5 Ditolak
mekanisme bonus	0,274	-1,098	1,981	H6 Ditolak

Berdasarkan Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa variabel *tunneling incentive*, manajemen pajak, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing, ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,017; 0,002; dan 0,001 (lebih kecil dari 0,05) serta nilai t-hitung yang melebihi t-tabel (1,981), sehingga H1, H3, dan H4 diterima. Sebaliknya, variabel *leverage*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap transfer pricing karena nilai signifikansinya masing-masing 0,146; 0,339; dan 0,274 (lebih besar dari 0,05) serta t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel, sehingga H2, H5, dan H6 ditolak.

### Pembahasan

### **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis pertama (H1) diterima karena *Tunneling Incentive* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,017 serta Thitung (2,426) yang lebih besar dari Ttabel (1,981), hal tersebut menunjukkan bahwa *tunneling incentive* yang diukur menggunakan kepemilikan saham asing mempengaruhi perusahaan manufaktur melakukan kegiatan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* dalam penelitian ini diukur menggunakan kepemilikan saham asing dalam perusahaan. hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar kepemilikan asing dalam suatu perusahaan, maka semakin tinggi kecenderungan perusahaan tersebut melakukan *praktik transfer pricing*. Pernyataan ini sejalan dengan teori agensi, di mana konflik kepentingan antara pemegang saham asing dan pemegang saham minoritas dapat mendorong praktik pengalihan keuntungan melalui *transfer pricing* untuk kepentingan entitas induk. (Riyanti et al., 2024)

Temuan ini selaras dengan penelitian Putri & Muhammad (2023), yang menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berdampak signifikan *transfer pricing*. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Rakan & Ira (2021), yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh pada *transfer pricing* karena perusahaan multinasional dengan kepemilikan asing lebih sulit untuk membuat keputusan salah satunya mengenai kebijakan *transfer pricing*.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis kedua (H2) ditolak karena *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,146 ( $0.146 > 0.05$ ) serta hitung (1,464) yang lebih kecil dari Ttabel (1,981), maka dari itu, hal tersebut menunjukkan bahwa *leverage* yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan kegiatan *transfer pricing*. *Leverage* yang lebih tinggi dapat mengurangi margin laba yang dilaporkan pada entitas yang menerima utang tersebut, sehingga mengurangi insentif untuk melakukan manipulasi laba melalui *transfer pricing* (Hariaji & Akbar, 2021).

Penelitian ini selaras dengan penelitian Ani & Enda (2022) dan Britney & Paulina (2024) yang menunjukkan bahwa *transfer pricing* dipengaruhi secara negatif dan dapat diabaikan oleh *leverage*. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Ickhsanto & Nur (2021) dan Nisa et al., (2021) yang menyatakan bahwa *Leverage* diprosikan dengan *Debt Equity Ratio* (DER) secara parsial berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh Manajemen pajak terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis ketiga (H3) diterima karena variabel manajemen pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih besar dari 0,05 serta Thitung (3.185) yang lebih besar dari Ttabel (1,981), maka dari itu, hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen pajak yang diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan kegiatan *transfer pricing*. Manajemen pajak mencerminkan strategi perusahaan dalam meminimalkan beban pajak melalui pengaturan transaksi, salah satunya melalui *transfer pricing* antar entitas dalam satu grup usaha.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Febra et al., (2022) dan Ade Maya (2021) yang menunjukkan bahwa Manajemen pajak berpengaruh positif terhadap praktik

*Transfer Pricing* pada sebuah perusahaan. Namun, hasil dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ardan & Nur (2022) dan Ickhsanto & Nur (2021) yang menyatakan bahwa penetapan harga *transfer* sebagian besar dipengaruhi secara negatif oleh beban pajak.

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis keempat (H4) diterima karena variabel profitabilitas memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 serta Thitung (3.262) yang lebih besar dari Ttabel (1,981), maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan *Return Of Assets (ROA)* mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan kegiatan *transfer pricing*. Dapat dikatakan bahwa perusahaan yang memiliki margin laba atau laba sebelum pajak yang tinggi cenderung memiliki sumber modal internal yang lebih besar daripada perusahaan yang memiliki margin laba yang lebih kecil, sehingga membuat perusahaan cenderung memprioritaskan untuk penggunaan modal dari dana internal perusahaan, dimana hal tersebut akan mengurangi keinginan perusahaan untuk melakukan praktik *Transfer Pricing* demi meningkatkan nilai perusahaannya. (Lisfiana & Wahyu, 2024)

Penelitian ini selaras dengan penelitian Muniroh et al., (2024), Faqih & Srihadi (2024), serta Ramdhany dan Amin (2023), yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi *transfer pricing*, dengan demikian semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin besar kecenderungan perusahaan untuk menggunakan *transfer pricing*. Namun, hasil dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian Baiti, Nurul et al., (2024) dan Muhammad & Banu (2025) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak memberikan dampak apa pun pada *Transfer Pricing*.

#### **Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis kelima (H5) ditolak karena variabel *Exchange Rate* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,339 yang lebih besar dari 0,05 serta Thitung (-0.96) yang lebih kecil dari Ttabel (1,981), hal tersebut menunjukkan bahwa *Exchange Rate* tidak mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan kegiatan *transfer pricing*. *exchange rate* mempunyai hubungan yang erat dengan perdagangan internasional, karena arus kas perusahaan multinasional didominasi dalam beberapa jenis mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu (fluktuatif).

Penelitian ini selaras dengan penelitian Mutia & Linda (2021), Esa & Hari (2022), serta Bella & Hexana (2024), yang mengemukakan bahwa besaran nilai exchange rate tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan dalam memilih keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun, hasil dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian dan Nisa et al., (2020) yang menyatakan bahwa variabel *exchange rate* berpengaruh positif terhadap praktik *transfer pricing* perusahaan.

#### **Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing***

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis keenam (H6) ditolak karena variabel Mekanisme Bonus tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,274 yang berarti lebih besar dari 0,05 serta Thitung (-1,098) yang lebih kecil dari Ttabel (1,981), maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur untuk melakukan kegiatan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini ini

bertentangan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa pemberian bonus kepada manajer atau pihak terkait tidak selalu menjadi faktor pendorong utama dalam keputusan *transfer pricing*. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti sistem pengawasan yang ketat, kebijakan perusahaan yang membatasi penyalahgunaan insentif, atau karena besaran bonus tidak signifikan untuk mempengaruhi keputusan strategis seperti *transfer pricing*. (Bimo et al., 2022).

Penelitian ini selaras dengan penelitian Rakan & Ira (2021), Risca & Ardan (2022), serta Britney & Paulina (2024), yang mengemukakan bahwa mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Namun, hasil dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian dan Febra & Zuliyati (2022) yang menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

## 5. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tunneling incentive, leverage, manajemen pajak, profitabilitas, nilai tukar, dan mekanisme bonus terhadap praktik *transfer pricing* pada 123 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022–2023 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tunneling incentive, manajemen pajak, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan leverage, nilai tukar, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh. Keterbatasan penelitian ini terletak pada periode pengamatan yang sempit dan rendahnya nilai Adjusted R<sup>2</sup> (16,3%), yang mengindikasikan masih banyak faktor lain yang memengaruhi *transfer pricing*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode dan sektor perusahaan, mengeksplorasi variabel independen lain, serta mempertimbangkan penggunaan variabel moderasi agar hasil penelitian lebih komprehensif.

## 6. Daftar Pustaka

- Albani, A. D., & Gunawan, J. (2023). Pengaruh *Debt Covenant* Dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*.
- Amelia, R., & Asalam, G. A. (2022). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing* (Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020), 5(3), 62-72.
- Mineri, F. M., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*.
- Pradipta, R., & Geraldina, I. (2021). Pengaruh *Corporate Governance*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentives* terhadap *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Multinasional yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2018, 17(2), 61-72.
- Pranatio, B., & Sutrisno, P. (2024). *The Impact Of Tunneling Incentive, Bonus Mechanism, Tax Minimization, And Multinationality To Transfer Pricing*, 8(1), 214-227.
- Rahmawati, A. S., & Machdar, M. N. (2024). Pengaruh *Debt Covenant*, *Tunneling Incentive* dan *Thin Capitalization* Terhadap *Transfer Pricing* dengan Moderasi *Tax Minimization*, 3(1), 125-136.
- Ramadhany, N. A. P., & Amin, N. M. (2023). Pengaruh Pajak, *Leverage*, Profitabilitas,

- Dan *Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing*, 3(2), 3643-3652.
- Robiyanto, F., Zuliyati., & Novitasari, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020).
- Saraswati, M. A. (2021). Determinan Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Vena, A., & Frederica, D. (2023). *The Influence of Leverage, Financial Distress and Transfer Pricing On Tax Avoidance*.
- Wahyudi, I., & Fitriah, N. (2021). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Kepatuhan Perpajakan, dan *Leverage Terhadap Transfer Pricing*, 13(2), 388-401. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/4188-membedah-transfer-pricing-dan-aturan-hukumnya>
- The Effect Of Tax Avoidation, Exchange Rate, Profitability, Leverage, Tunneling Incentive And Intangible Assets On The Decision To Transfer Pricing (Case Study of Food and Beverage Manufacturing Sub Companies Listed on the IDX for the 2014-2018 Period)
- Raharjo, sahid. (2021, 19 Februari). *Uji autokorelasi dengan durbin watson*. Diakses pada 9 februari 2025, dari <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-autokorelasi-dengan-durbin-watson.html>
- universitas Indonesia. (august 15, 2021) uji autokorelasi berdasarkan nilai durbin watson. Diakses tanggal 09 Februari 2025, dari <https://pelatihan-ui.com/uji-autokorelasi-berdasarkan-nilai-durbin-watson-dengan-spss-18/>
- Novalina, S. (2024). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017 -2019. *Jurnal ekonomi, koperasi, dan kewirausahaan*, 14(2).
- Analisis Statistik Regresi Linier Berganda Nuzwan Sudariana, M.M.1 , Yoedani, M.M.2 2021
- Agha De Aghna Setya Budi1 , Lulu Septiana2 , Brampubu Elok Panji Mahendra (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal multidisiplin west science* 3(1), 1-11.
- Muhammad Bagas Sandi Laksono banu witono (2025) Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Exchange Rate, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal nirta : studi inovasi*, 5(1), 110-131.
- Putri, E. & Dalimunthe, H. (2024). Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 2655-6022.
- Rahmawati, N. & Mulyani, D. S. (2020). Pengaruh Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Praktik *Transfer Pricing* dimoderasi *Tax Avoidance*