

PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, BEBAN PAJAK, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERGADAP *TRANSFER PRICING*

Rosichan Anwar

rosichananwar1@gmail.com

Prima Sadewa

dosen01466@unpam.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Alamat: Jl. Surya Kencana No.1 Pamulang

Korespondensi penulis: rosichananwar1@gmail.com

Abstrak. This study aims to examine the effect of Tunneling Incentive, Tax Burden, and Firm Size on Transfer Pricing practices among companies in the Consumer Non-Cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019–2023. The research sample was selected using a purposive sampling method, resulting in a total of 70 financial report data used for analysis. The data utilized in this study are secondary data derived from the annual financial statements of the sampled companies. The analytical method employed is panel data regression, with data processing conducted using Eviews 12 software. The results of the study indicate that, simultaneously, Tunneling Incentive, Tax Burden, and Firm Size significantly influence Transfer Pricing. However, in partial testing, only Tunneling Incentive and Firm Size show a significant effect on Transfer Pricing, while Tax Burden does not have a significant impact.

Keywords: Tunneling Incentive, Tax Burden, Firm Size, Tunneling Incentive

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Tunneling Incentive*, Beban Pajak, dan Ukuran Perusahaan terhadap praktik *Transfer Pricing* pada perusahaan sektor *Consumer Non- Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019–2023. Sampel penelitian diperoleh melalui teknik *purposive sampling*, dengan total sebanyak 70 data laporan keuangan yang dijadikan objek penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dari masing-masing perusahaan sampel. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel, dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *Tunneling Incentive*, Beban Pajak, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Namun secara parsial, hanya *Tunneling Incentive* dan Ukuran Perusahaan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*, sedangkan Beban Pajak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Tunneling Incentive, Beban Pajak, Ukuran Perusahaan, Transfer pricing

PENDAHULUAN

Globalisasi telah mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi dan bisnis lintas negara melalui kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Fenomena ini tidak hanya memungkinkan ekspansi perusahaan ke pasar internasional, tetapi juga memicu peningkatan transaksi antar entitas dalam kelompok usaha yang beroperasi di berbagai yurisdiksi. Salah satu konsekuensi dari dinamika ini adalah munculnya praktik *transfer pricing*, yaitu penetapan harga atas transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, yang seringkali dilakukan untuk tujuan efisiensi pajak¹. Di Indonesia, *transfer*

pricing menjadi isu sensitif karena berkaitan erat dengan potensi penghindaran pajak dan kerugian penerimaan negara.

Fenomena praktik *transfer pricing* di Indonesia telah menjadi sorotan, seperti yang terjadi pada kasus PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA). Perusahaan ini terindikasi melakukan rekayasa keuangan berupa penggelembungan pendapatan hingga Rp4 triliun dan pengalihan dana sebesar Rp1,78 triliun kepada pihak-pihak terafiliasi. Laporan investigasi yang dilakukan oleh Ernst & Young Indonesia menunjukkan bahwa transaksi tersebut dilakukan melalui skema afiliasi yang tidak wajar, serta melanggar regulasi otoritas pasar modal terkait transaksi konflik kepentingan (CNBC Indonesia, 2019). Kasus ini mencerminkan bagaimana *transfer pricing* dapat dimanfaatkan sebagai instrumen manipulasi laporan keuangan dan pergeseran kekayaan perusahaan, terutama dalam struktur kepemilikan yang terkonsentrasi.

Secara umum, perusahaan multinasional memanfaatkan celah perbedaan tarif pajak antarnegara untuk memindahkan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak lebih rendah melalui mekanisme *transfer pricing*. Namun, faktor-faktor pendorong dari praktik ini masih menjadi perdebatan dalam literatur. Salah satunya adalah *tunneling incentive*, yaitu motivasi pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan sumber daya perusahaan demi keuntungan pribadi, sering kali dengan mengorbankan pemegang saham minoritas

2. Selain itu, beban pajak tinggi dan ukuran perusahaan juga dikaitkan dengan kecenderungan melakukan *transfer pricing*, meskipun temuan-temuan empiris masih belum konsisten ³.

Mengingat tingginya intensitas *transfer pricing* dan risiko distorsi informasi keuangan, studi ini menjadi penting baik secara ilmiah maupun praktis. Secara teoritis, praktik *transfer pricing* mencerminkan dinamika hubungan keagenan dalam perusahaan, di mana manajer atau pemegang saham pengendali memiliki peluang untuk bertindak oportunistik atas dasar asimetri informasi ⁴. Dari sisi praktis, pemahaman atas faktor-faktor yang memengaruhi *transfer pricing* diperlukan oleh regulator, investor, dan pemangku kepentingan lainnya untuk merancang kebijakan pengawasan yang lebih efektif dan responsif terhadap risiko manipulasi laporan keuangan.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tunneling incentive*, beban pajak, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel dan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh melalui purposive sampling.

Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengayaan literatur akuntansi keuangan dan perpajakan, khususnya dalam memahami praktik *transfer pricing* dalam konteks pasar negara berkembang. Dengan menyoroti pengaruh simultan dan parsial dari tiga variabel utama, studi ini juga memberikan dasar empiris bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi mitigasi risiko atas manipulasi harga transfer, serta membuka ruang bagi penelitian lanjutan dengan pendekatan komparatif atau eksplorasi variabel moderasi lainnya.

KAJIAN TEORI

Theory Agency

Teori agensi merupakan landasan teoretis utama yang menjelaskan hubungan antara pemilik (prinsipal) dan manajer (agen) dalam perusahaan. Dalam konteks ini, agen diberikan kewenangan untuk mengelola perusahaan atas nama prinsipal, namun perbedaan kepentingan dan informasi asimetris sering kali memunculkan konflik keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Ketika manajer memiliki akses lebih besar terhadap informasi internal, mereka cenderung memprioritaskan kepentingan pribadi, termasuk melalui praktik manipulatif seperti *transfer pricing* untuk menghindari kewajiban pajak atau mengalihkan kekayaan perusahaan ke pihak terafiliasi (Utomo 2021; Widiatami dkk. 2024). Teori agensi juga menjelaskan bagaimana *tunneling incentive* muncul sebagai bentuk penyalahgunaan kekuasaan oleh pemegang saham mayoritas, yang memanfaatkan posisi dominan untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan dengan cara-cara yang merugikan pemegang saham minoritas (Mineri dan Paramitha 2021).

Transfer Pricing

Transfer pricing merupakan penetapan harga atas transaksi barang, jasa, atau aset tidak berwujud antar entitas yang memiliki hubungan istimewa dalam satu grup perusahaan, baik yang berada dalam satu negara maupun lintas yurisdiksi⁵. Praktik ini legal selama sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*), namun dalam praktiknya sering dimanfaatkan sebagai strategi penghindaran pajak dengan mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak lebih rendah. Dalam penelitian ini, *transfer pricing* diposisikan sebagai variabel dependen karena merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh beberapa faktor internal perusahaan. Variabel ini diukur menggunakan rasio nilai transaksi dengan pihak afiliasi, sebagaimana dirumuskan oleh Wulandari, Oktaviani, dan Hardiyanti (2021), yang menjadi indikator kecenderungan praktik pengalihan laba antar perusahaan dalam satu grup usaha. Dalam penelitian ini *Transfer Pricing* adalah variabel dependen (Y). Dengan rumus sebagai berikut:

$$TP = \frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

Tunneling Incentive

Tunneling incentive menggambarkan motif atau dorongan dari pemegang saham pengendali untuk mengalihkan kekayaan perusahaan ke entitas lain yang berada dalam kendalinya sendiri, biasanya dengan mengorbankan hak pemegang saham minoritas⁶. Praktik ini muncul ketika pemegang saham mayoritas menggunakan kekuasaan mereka dalam manajemen untuk melakukan transaksi tidak wajar, termasuk dalam penetapan harga transfer. Tindakan *tunneling* berpotensi menurunkan nilai perusahaan dan merusak struktur tata kelola yang sehat. Dalam penelitian ini, *tunneling incentive* diukur melalui persentase kepemilikan saham pengendali, di mana kepemilikan

di atas 20% dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan internal perusahaan ⁷. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TNC = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Beban Pajak

Beban pajak dalam konteks ini mengacu pada total kewajiban pajak yang harus dibayar perusahaan, yang mencakup pajak penghasilan kini dan tangguhan sebagaimana dijelaskan dalam PSAK No. 46 ⁸. Perusahaan yang menghadapi beban pajak tinggi cenderung terdorong untuk mencari alternatif efisiensi fiskal, termasuk melalui *transfer pricing* ke negara dengan tarif pajak lebih rendah ⁹. Oleh karena itu, beban pajak dianggap sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam praktik pengalihan laba. Variabel ini diukur dengan menggunakan rasio beban pajak terhadap laba sebelum pajak sebagaimana dirumuskan oleh Wiharja ¹⁰, untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi pajak terhadap pengurangan laba perusahaan. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut;

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasional dan kompleksitas struktur organisasi suatu entitas bisnis. Perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya dan sistem internal yang lebih canggih, termasuk akses terhadap konsultan pajak dan teknologi pelaporan global, yang memungkinkan mereka untuk menjalankan strategi *transfer pricing* secara lebih sistematis dan legal ¹¹. Namun, perusahaan besar juga lebih diawasi publik dan regulator, sehingga kecenderungan melakukan praktik ini tidak selalu lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset (*log total asset*), yang bertujuan untuk menormalkan data dan mengurangi pengaruh ekstrem pada perusahaan dengan skala sangat besar ¹². Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$UP = \ln(\text{Total Asset Perusahaan})$$

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada data numerik guna menganalisis hubungan antar variabel. Terdapat tiga variabel independen, yaitu *Tunneling Incentive*, Beban Pajak, dan Ukuran Perusahaan, serta satu variabel dependen, yaitu *Transfer Pricing*. Metode kuantitatif dipilih karena dapat memberikan hasil yang objektif dan terukur dalam melihat pengaruh antar variabel yang diteliti. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 sampai 2023.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang tercatat di BEI selama periode tersebut, yaitu sebanyak 129 perusahaan. Akan tetapi, setelah melalui proses eliminasi berdasarkan beberapa kriteria,

jumlah populasi yang valid semakin terbatas. Sebanyak 51 perusahaan tidak mempublikasikan laporan keuangan di BEI secara berturut-turut selama periode 2019 sampai 2025, 2 perusahaan tidak menyediakan laporan keuangan dalam mata uang rupiah, 40 perusahaan yang mengalami kerugian, 12 perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan yang dibutuhkan dalam variabel penelitian, serta 10 perusahaan yang terkena *outlier*. Setelah proses seleksi dengan metode *purposive sampling*, diperoleh 14 perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria, sehingga menghasilkan total 70 observasi data.

Data dianalisis menggunakan **regresi data panel** dengan bantuan software **EViews 12**, karena model ini menggabungkan keunggulan data time series dan cross section. Sebelum pengujian regresi dilakukan, data diuji terlebih dahulu melalui **uji asumsi klasik** dan **uji pemilihan model** untuk memastikan bahwa data layak dianalisis. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi **uji t**, **uji F**, dan **koefisien determinasi (R^2)** untuk menguji signifikansi dan kekuatan hubungan antar variabel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

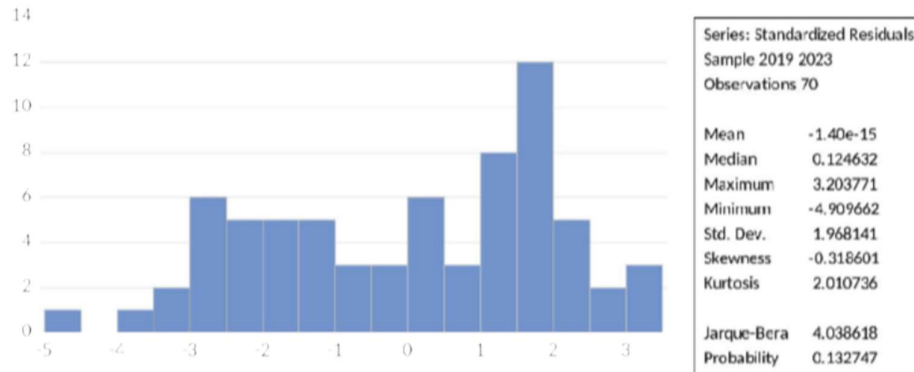
Alasan peneliti memilih perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* dikarenakan perusahaan *Consumer Non Cyclical* merupakan salah satu sektor yang memiliki *prospek* yang bagus, baik dan menjanjikan juga tahan terhadap krisis. Produk dari perusahaan *Consumer Non Cyclical* merupakan produk yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari oleh banyak masyarakat. Diharapkan penjualan dan profit yang diterima oleh korporat akan meningkatkan nilai dalam perusahaan, sehingga menarik investor untuk menginvestasikan dananya. total jumlah populasi sebanyak 130 perusahaan yang berada di sektor *consumer non cyclical* kemudian dieliminasi sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam proses pemulihan sampel ini, jadi jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 14 perusahaan dikalikan dengan jumlah periode penelitian 2019-2023 maka total sampel menjadi 70 sampel.

Hasil Estimasi Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi panel dilakukan melalui dua tahap, yaitu **Uji Chow** dan **Uji Hausman**. Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa model **Fixed Effect** lebih baik dibandingkan **Common Effect**. Kemudian hasil Uji Hausman menunjukkan bahwa **Fixed Effect Model (FEM)** lebih tepat dibandingkan **Random Effect Model (REM)**. Maka, pengolahan data regresi dilakukan dengan menggunakan model **Fixed Effect (FEM)**. Berikut merupakan tabel yang menyajikan hasil seleksi data panel:

No	Model Regresi Data Panel	Uji Model Regresi Data Panel	Model Terpilih
1	Uji Chow	0.0000	FEM
2	Uji Hausman	0.0000	FEM
	Model Terpilih		FEM

Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil dari uji normalitas dengan nilai *jarque-bera* sebesar Nilai probabilitas yang dimiliki uji normalitas senilai $0.132747 > 0.05$. Alhasil distribusi dinilai normal.

Hasil Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Cross-section fixed (dummy variables)			
Root MSE	0.558702	R-squared	0.925390
Mean dependent var	11.39474	Adjusted R-squared	0.902866
S.D. dependent var	2.060183	S.E. of regression	0.642084
Akaike info criterion	2.159315	Sum squared resid	21.85039
Schwarz criterion	2.705378	Log likelihood	-58.57602
Hannan-Quinn criter.	2.376218	F-statistic	41.08488
Durbin-Watson stat	1.722038	Prob(F-statistic)	0.000000

Taraf koefisien determinasi penelitian ini memiliki nilai R-squared sejumlah 0.902866 jika dipersenkan 90,2866% Maka, variabel *tunneling incentive*, beban pajak, dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan *transfer pricing* sejumlah 90,2866% selain itu sisa dari persentase nilai R- squared yaitu 9,7134% dijabarkan pada variabel atau model lainnya.

Uji T (Uji Regresi Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	45.37260	6.661782	6.810880	0.0000
TNC	-0.001030	0.000218	-4.729277	0.0000
BP	-0.000582	0.000347	-1.679597	0.0989
UP	-8.68E-05	2.32E-05	-3.741509	0.0005

Hasil yang terdapat pada variabel X1 yakni *tunneling incentive* dengan nilai T-Statistic sejumlah $-4.729277 < \text{nilai T tabel yaitu } -1.99656$. dan telah diketahui nilai prob intensitas persediaan senilai $0.0000 < 0.05$. Maka dari uji kelayakan model H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hasil yang terdapat pada variabel X2 yakni beban pajak dengan nilai T-Statistic sejumlah $-1.679597 > \text{nilai T tabel yaitu } -1.99656$. Kemudian variabel X2 menghasilkan taraf prob $0.989 > 0.05$. Maka, H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian, beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Ukuran Perusahaan (X3) dengan nilai T-Statistic sejumlah $-3.741509 < \text{nilai T tabel yaitu } -1.99656$. dan telah diketahui nilai prob

intensitas persediaan senilai $0.0005 < 0.05$. Maka dari uji kelayakan model H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Uji Simultan F

Cross-section fixed (dummy variables)			
Root MSE	0.558702	R-squared	0.925390
Mean dependent var	11.39474	Adjusted R-squared	0.902866
S.D. dependent var	2.060183	S.E. of regression	0.642084
Akaike info criterion	2.159315	Sum squared resid	21.85039
Schwarz criterion	2.705378	Log likelihood	-58.57602
Hannan-Quinn criter.	2.376218	F-statistic	41.08488
Durbin-Watson stat	1.722038	Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.15 di atas, terungkap bahwa F_{hitung} sebesar $41.08488 > 3.136 F_{tabel}$, dengan nilai $\text{Prob}(F\text{-statistic})$ sebesar 0.000000 dalam tingkat signifikansi yang telah ditetapkan adalah 0.05 . Ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti H_1 diterima dan *tunneling incentive*, beban pajak, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *transfer pricing*.

Tunneling incentive berpengaruh secara negatif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai *Tunneling Incentive* dapat berpotensi menurunkan praktik *Transfer Pricing*, sebab insentif yang diberikan kepada pemegang saham mampu mengurangi kebutuhan dana operasional perusahaan, sehingga aktivitas *Transfer Pricing* tidak lagi diperlukan. Beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan sudah memiliki perencanaan pajak yang baik atau tarif pajak

yang tidak terlalu variatif antar perusahaan dalam satu sektor sehingga praktik *transfer pricing* tidak perlu dilakukan.

Ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan berskala besar biasanya lebih diperhatikan oleh publik terkait kinerjanya, sehingga direksi maupun manajemen akan cenderung lebih terbuka dan berhati-hati dalam menyusun serta menyampaikan laporan keuangan atau kondisi finansial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan skala yang lebih kecil sering kali cenderung melakukan *transfer pricing* untuk memperlihatkan kinerja positif di depan publik. Oleh karena itu, manajemen pada perusahaan kecil cenderung kurang terdorong untuk mengelola laporan keuangan secara optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini yang didapatkan dari hasil pengaruh penelitian secara parsial dan juga simultan sebagai berikut;

1. Terbukti secara empiris *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* secara parsial.
2. Terbukti secara empiris beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* secara parsial.
3. Terbukti secara empiris ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* secara parsial.

Terbukti secara empiris *tunneling incentive*, beban pajak, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *transfer pricing*.

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang diteliti ini, penulis menyadari tentu adanya keterbatasan dalam penelitian yang diharapkan nantinya akan dikembangkan oleh penulis selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1. Penulis ini hanya menggunakan 3 (tiga) variabel independen saja, yaitu *Tunneling Incentive*, Beban Pajak dan Ukuran Perusahaan. 2. Sampel yang digunakan hanya mendapatkan 14 perusahaan. 3. Periode penelitian yang digunakan oleh penulis hanya 5 (lima) tahun pengamatan yaitu pada tahun periode 2019-2023.

Saran

Berdasarkan temuan serta menganalisa keterbatasan, maka saran yang hendak disampaikan peneliti kepada peneliti selanjutnya adalah: 1. Dapat menggunakan variabel lain dengan kategori yang memiliki pengaruh kuat terhadap variabel dependen, sehingga mungkin dapat mengurangi kemungkinan data tidak normal. 2. Dapat menambahkan variabel independen baru yang dapat mempengaruhi pada penelitian berikutnya, sehingga semakin luas cakupan pembahasannya. 3. Dapat mengubah sektor atau jenis perusahaan yang diteliti, sehingga dapat mengetahui perbedaan hasil pada penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amarta, Sizka Zola, Noor Shodiq Askandar, dan Abdul Wahid Mahsuni. "Pengaruh pajak, tunneling incentive dan good corporate governance (gcg) terhadap indikasi melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2019." *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 9, no. 06 (2020).
- Chalimatussa'diyah, Nur, Nur Diana, dan M Cholid Mawardi. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015- 2018." *E-Jra* 09, no. 06 (2020): 66–81.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/6318>.
- Garda Wijaya, Khoirul. "Pengaruh kualitas audit, praktik corporate governance, profitabilitas, dan leverage terhadap praktik penghindaran pajak (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)." *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 5 (2023): 455–64. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art52>.
- Islami, Kevin Bhuana, dan Darminto Hartono Paulus. "Upaya Meminimalisir Transfer Pricing Pada Hukum Perpajakan Internasional." *Rechtidee* 17, no. 2 (2022): 312–32.
- Jannah, Fathul, Sarwani Sarwani, Rifqi Novriyandana, dan Enny Hardi. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2017-2019." *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan* 10, no. 1 (2022): 44–60. <https://doi.org/10.17509/jpak.v10i1.43323>
- Mineri, Michelle Filantropy, dan Melvie Paramitha. "Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing." *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3638>.
- Utomo, Bayu Saputro. "Moderasi Kinerja Keuangan Pada Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report di Indeks Sri Kehati Tahun 2013-2017." *Jurnal Akuntansi Unesa* 9, no. 2 (2021): 1–12.
- Wahyudi, Ickhsanto, dan Nur Fitriah. "Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Kepatuhan Perpajakan, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing." *Jurnal Akuntansi* 13, no. 2 (2021): 388–401. <https://doi.org/10.28932/jam.v13i2.3885>.
- Wiharja, Jessica Alodia. "Pengaruh Effective Tax Rate, Tunneling Incentive dan Debt Covenant terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan IDX 30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)." KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma, 2023.
- Wulandari, Sartika, Rachmawati Meita Oktaviani, dan Widhian Hardiyanti. "Pengaruh Pajak, Aset Tak Berwujud, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing," 2021.
- Zahri, Rihan Mustafa, Erma Wulan Sari, Aliffianti Safiria, Ayu Ditta, Indah Nur Malinda, Fakultas Ekonomi, dan Universitas Pgrri Madiun. "Pengaruh Profitabilitas dan Transfer Pricing terhadap Penghindaran Pajak : Studi Pada Perusahaan Multinasional di Indonesia Periode 2019-2022" 13, no. 2 (2025): 145–53.