

PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, KEPEMILIKAN ASING DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *TRANSFER PRICING*

Riyanti Adinda Putri¹, Galuh Permata sari², Miftahul Ilma³, Januar Ilham Pangestu⁴, Muh Fauzan Tasbikhi⁵, Gabriel Suryadi⁶

¹²³⁴⁵⁶Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang
Email: ryan.adinda27@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the effect of tunneling incentives, foreign ownership and company size on Transfer Pricing. Data collection was carried out on the Indonesian Stock Exchange via the website www.idx.co.id. This type of research is quantitative research. The sampling technique in this research is purposive sampling, with criteria for non-cyclical consumer companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for five consecutive years for the 2018-2022 period, which resulted in 113 companies. The sampling mechanism technique so that the sample obtained is 25 companies. The research method used is an associative research method with a quantitative approach and using secondary data. The results of this research show that Tunneling Incentive has no effect on Transfer Pricing, Foreign Ownership has an effect on Transfer Pricing and Company Size has an effect on Transfer Pricing.

Keywords: *Tunneling Incentive; Foreign Ownership; Company Size; Transfer Pricing.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tunneling Incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing*. Pengumpulan data dilakukan di Bursa Efek Indonesia melalui website www.idx.co.id. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel yang bertujuan, dengan kriteria untuk perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama lima tahun berturut-turut periode 2018-2022, yang menghasilkan 113 perusahaan. Mekanisme pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga sampel yang di peroleh berjumlah 25 perusahaan. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Kata kunci: *Tunneling Incentive, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Transfer Pricing*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam perusahaan multinasional tersebut, sebagian besar transaksi dan aktivitas ekonomi terjadi di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, seperti transaksi penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa, penggunaan hak kekayaan intelektual, pemberian pinjaman dan sebagainya (Purwanto & Tumewu, 2018). Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidak wajaran harga, biaya, dan atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal sebagai transfer pricing. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Khotimah, 2018).

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu di barang, jasa, harta tak berwujud atau pun transaksi finansial antar perusahaan yang berelasi. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu: *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), ataupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) (Herawaty & Anne, 2019). *Transfer pricing* yang terjadi di suatu perusahaan bisa menyebabkan perusahaan terkena kasus, namun *transfer pricing* juga dapat digunakan sebagai kesempatan untuk tindakan manipulasi yang bertujuan untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan.

Tunneling incentive yaitu tindakan pengalihan aktiva dan laba perusahaan yang digunakan untuk kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan saham minoritas (Ahory et al. 2010 dalam Saraswati dan Sujana, 2018). Transaksi antar pihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa diatas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa dibawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *tunneling incentive*. Hal ini memicu Perusahaan dapat menggunakan *tunneling incentive* untuk mengalihkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah, dan kemudian menggunakan transfer pricing untuk memaksimalkan keuntungan pajak di negara-negara tersebut.

Kepemilikan asing dapat dikatakan sebagai proporsi saham biasa dari suatu perusahaan yang dimiliki oleh individu, pemerintah, badan hukum, dan bagian-bagiannya yang mempunyai status luar negeri atau individual, pemerintah, dan badan hukum yang bukan berasal dari Indonesia dan. Sebuah portofolio yang mengandung saham-saham domestik dan asing menawarkan resiko yang lebih rendah dan tingkat pengembalian yang lebih tinggi bagi investornya dibanding portofolio yang hanya mengandung saham-saham domestic saja. Hal tersebut dapat menjadi bahan yang dipertimbangkan bagi pemegang saham. Dengan begitu terdapat asumsi dampak positif terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan akan meningkat. Semakin

besar kepemilikan asing dalam suatu bisnis, maka semakin besar pula pengaruh pihak asing dalam menentukan besaran transfer pricing yang dilakukan (Yulia dkk, 2019).

Selain *tunneling Incentive*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Ukuran Perusahaan sangat penting bagi investor karena berkaitan dengan investasi yang dilakukan. Perusahaan yang memiliki total asset besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relative lebih lama (Sari, 2018). Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. dikarenakan semakin besar perusahaannya semakin kecil juga terjadinya *transfer pricing*.

Fenomena gap yang terkait dengan penelitian ini yang berkaitan dengan transaksi melalui manipulasi *transfer pricing* salah satunya yang pernah terjadi didalam negeri. Kasus *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia adalah kasus yang dialami oleh PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) yaitu perusahaan di bidang perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Di pertengahan 2003, pihak Astra menjual saham yang sebagian besar ia miliki di Toyota Astra Motor kepada Toyota Motor Corporation Jepang. Hal ini dilakukan karena Astra mengaku mempunyai utang yang telah jatuh tempo dan tidak bisa ditunda lagi pembayarannya. Toyota Jepang akhirnya menguasai 95% saham Toyota Astra Motor dan nama perusahaan berganti jadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Astra dan Toyota Motor Corporation mendirikan perusahaan agen tunggal pemegang merek dengan nama Toyota Astra Motor (TAM) sebagai fungsi distribusi pasar domestik dengan kepemilikan saham 51% dimiliki oleh Astra dan 49% dimiliki oleh Toyota Motor Corporation Jepang. Masalah mulai terjadi ditandai dengan menurunnya laba yang dihasilkan oleh dua perusahaan Toyota tersebut. Menurunnya laba ini menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan menurun. Di periode sebelumnya, perusahaan mampu menyetor pajak sebesar setengah triliun rupiah. Di tahun 2004 setelah restrukturisasi dilakukan Toyota (TMMIN dan TAM) hanya mampu membayar pajak sebesar Rp168 miliar. Penurunan laba ini tidak di ikuti dengan pendapatan dari produksi dan penjualan yang justru naik 40%. Pemeriksa pajak melakukan pemeriksaan terhadap struktur harga penjualan dan biaya perusahaan menemukan bahwa Toyota melakukan tindakan *transfer pricing* dengan memanipulasi harga transaksi terhadap pihak afiliasi serta penambahan biaya yang tidak wajar melalui pembayaran royalti (Pratiwi, 2018).

Research gap terkait penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya, yaitu, Mineri dan Paramitha (2021) menegaskan dalam penelitiannya bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan dalam penelitian Nila Rahmawati (2023) mengungkapkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan Kurniawi (2018) menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Sari, 2018) menyatakan bahwa Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Dikarenakan kepemilikan asing tidak menjadi tolak ukur perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap transfer pricing dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fuadah & Nazihah, 2019) dikarenakan perusahaan besar lebih tertarik melakukan *transfer pricing* daripada perusahaan kecil. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Erfina dkk (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Menjelaskan perusahaan

besar lebih rentan terhadap pengawasan oleh otoritas pajak, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan transfer pricing.

Adapun kebaruan dari penelitian ini adalah memiliki perbedaan hasil, dimana perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh berbagai hal seperti tahun, kondisi, situasi dan objek dari penelitian. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu ada pada tahun penelitian, jenis perusahaan dan variabel-variabelnya. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 dan menggunakan perusahaan manufaktur dengan periode 2018-2022. Adapun variabel yang digunakan ialah variabel independen, yaitu *tunneling incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan dan variabel dependen yaitu *transfer pricing*. Sehingga dengan penelitian ini akan diketahui hubungan secara simultan dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara parsial antara *tunneling incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *tunneling incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah *tunnelling incentive* berpengaruh terhadap transfer pricing?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menguji dan memberi bukti empiris pengaruh *tunnelling incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Agensi (Agency Theory)

Jensen dan Meckling (1976) mengemukakan dalam penelitiannya yang berjudul “*Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure*” menjelaskan bahwa teori agensi adalah hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan selaku agen dengan pemegang saham selaku pihak principal. Pihak principal adalah pihak yang memberikan wewenang kepada pihak lain yaitu agen untuk melakukan semua kegiatan usaha atas nama principal. Dimana

principal dan agen membangun suatu kontrak kerja yang telah disepakati bersama, terutama aturan yang menegaskan agen harus memaksimalkan keuntungan kepada principal. Penyerahan wewenang yang diberikan pihak principal kepada agen menimbulkan konflik. Konflik yang timbul dikarenakan terjadinya asimetris informasi, tidak sinkronnya informasi yang didapat manajemen secara umum memiliki lebih banyak informasi mengenai posisi keuangan yang sebenarnya dan posisi operasi entitas daripada pemegang saham. Selain itu, juga dapat terjadinya konflik kepentingan (*conflict of interest*) akibat ketidaksamaan tujuan, dimana manajemen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik. (Scott, 2015 dalam penelitian Rasyid, 2020). Dapat disimpulkan dari masalah-masalah yang akan datang dapat merugikan principal, dimana principal tidak terlibat langsung dalam pengelolaan bisnis perusahaan yang menyebabkan principal tidak mendapatkan yang informasi setara dengan pihak agen. Jika agen memanfaatkan situasi ini kemungkinan pihak agen akan melakukan kecurangan untuk mengelabui principal dan memaksimalkan keuntungan pribadi.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pemberi informasi (manajemen) memberikan suatu sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi baik atau tidaknya suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Menurut Muhharomi dkk (2021) teori sinyal (*signaling theory*) adalah suatu teori yang mempresentasikan tentang bagaimana keadaan perusahaan yang seharusnya memberikan sinyal berupa informasi kepada para pengguna laporan keuangan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Tidak hanya teori agensi yang berkaitan dengan asimetri informasi tetapi teori ini juga mengasumsikan bahwa terdapat asimetri informasi. Yang dimana menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi (investor). Manajemen mempunyai informasi perusahaan yang tidak dimiliki investor maupun calon investor. Informasi tersebut bisa berupa laporan keuangan ataupun kebijakan perusahaan yang diungkapkan secara sukarela. Dengan keadaan tersebut akan dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk melakukan kecurangan. Untuk meminimalisir total beban biaya dan memaksimalkan keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan. Muhammadiyah dkk (2016) hal ini menjadi salah satu sinyal tentang isu dari perusahaan sehingga memberikan kesan bahwa perusahaan tersebut akan bertahan dalam waktu yang lama.

Transfer Pricing

Menurut Hidayati dkk (2021) *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan pada transaksi penjualan barang dan jasa yang ditanggung oleh pihak pembeli dalam hubungan antara divisi maupun perusahaan. *Transfer pricing* ada dua kelompok yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing* (Hasibuan & Purba, 2021). *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* yang dilakukan antar divisi dalam satu perusahaan, sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* yang dilakukan dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Pemerintah saat ini sudah memiliki peraturan terkait *transfer pricing*, antara lain Peraturan Menteri Keuangan No.22 Tahun 2020 tentang Tata Cara

Pelaksanaan Kesepakatan Harga Transfer (*Advance Pricing Agreement*). Tetapi pada tahun 2023 Pemerintah memperbarui aturan transfer pricing. Ketentuan terbaru diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan No.172 Tahun 2023 tentang Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi yang Dipengaruhi Hubungan Istimewa. Ketentuan tersebut berlaku pada tanggal 29 Desember 2023 (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023). *Transfer pricing* sebenarnya dianggap tidak baik, dikarenakan memanipulasi biaya dengan memperbesar atau memperkecil harga penjualan. Sehingga menggunakan mekanisme *transfer pricing* untuk memindahkan laba penjualan ke perusahaan yang tarif pajaknya rendah, sehingga dapat memperkecil beban pajak yang akan dibayar perusahaan. Karena pajak yang dibayar berkurang, tentu akan memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Tunneling Incentive

Menurut Jumaidi et al (2017) *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan. Hal disebabkan oleh kepentingan yang berbeda dari para pemegang saham dan lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas mempunyai kepentingan untuk melakukan pengawasan di perusahaan, dengan memiliki persentase kepemilikan lebih dari 50% saham dalam suatu perusahaan. Sedangkan pemegang saham minoritas memiliki saham dengan jumlah presentase yang lebih sedikit atau dibawah 50% saham (Elza Syarief, Junaidi, 2017). Dari bentuk kepemilikan seperti ini mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan pribadi demi memaksimalkan keuntungan yang didapat. Pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajer dalam membuat keputusan yang hanya mengutamakan kepentingannya. Praktik ini jelas akan menguntungkan bagi pemegang saham mayoritas dan sangat merugikan pemegang saham minoritas.

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah kepemilikan individu maupun kelompok yang berasal dari luar negeri (*foreign*) yang menginvestasikan modalnya perusahaan ke dalam negeri. Menurut Fanani dan Hendrick (2016), kepemilikan asing ialah penanaman modal oleh pihak asing (*foreign*) yang menginvestasikan modalnya pada suatu perusahaan domestic, mempunyai sebagian saham dan hak suara pada perusahaan tersebut. Berita tentang kepemilikan modal asing telah banyak dibicarakan. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal Pasal 1 ayat (8) mendefinisikan Kepemilikan Asing merupakan kepemilikan modal yang dimiliki perusahaan dalam industri yang sama maupun berbeda di negara asing, perseorangan warga negara asing, dan badan hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing.

Ukuran Perusahaan

Putu Ayu dan Gerianta (2018), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Sedangkan

menurut Putri dalam Khotimah, (2019), ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar kecilnya sebuah perusahaan, pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. dapat disimpulkan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dari jumlah total aktiva atau asset, jumlah penjualan, atau modal perusahaan, nilai saham. Semakin besar jumlah total aktiva, jumlah penjualan, nilai sahamnya semakin besar pula ukuran suatu perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan memiliki klasifikasi tersendiri, Menurut Machfoedz (1994), perusahaan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), ukuran sedang (*medium firm*) dan ukuran kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan juga sudah diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008. Dikutip dari (deepublishstore.com)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas (Chaterine, 2020). Berdasarkan teori agensi, konflik agensi dapat terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Konflik ini terjadi karena pemegang saham mayoritas memaksakan semua keinginannya kepada manajer untuk kepentingan peribadinya. Oleh karena itu, hal ini dapat menyebabkan perusahaan dengan mudah untuk melakukan tindakan-tindakan negatif seperti *transfer pricing*, *transfer pricing* ini dapat terjadi melalui sebuah upaya untuk memindahkan aset atau laba yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan menjadi lebih rendah. *Tunneling incentive* secara teori juga dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tania Catherine dkk, (2019), Kusuma dkk, (2022) dan Sakina (2023) menyatakan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing (Nurlaila, 2018). Dalam penelitian Hasibuan Ahmad,dkk (2022) Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Begitu juga dengan penelitian Safira Mutiara,dkk (2021) dan Kusuman dkk (2022) kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka semakin besar pengaruh pemegang saham asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk dalam kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Kepemilikan asing muncul karena adanya penanaman modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang ikut berpartisipasi dengan pihak penanam modal dalam negeri. Dalam *teory agency*, pihak penanam modal asing memiliki wewenang untuk melakukan transaksi hubungan istimewa karena pihak penanam modal memiliki hak atas kepemilikan asing disuatu perusahaan, dan hal tersebut lah yang membuat perusahaan melakukan transaksi

transfer pricing. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Diduga Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Yang pertama Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi tingkat *transfer pricing*. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk meneliti dan menerapkan metode *transfer pricing* yang kompleks. Perusahaan besar lebih mungkin memiliki struktur organisasi yang kompleks dengan beberapa entitas hukum di berbagai negara, yang dapat meningkatkan peluang untuk melakukan *transfer pricing* yang agresif. Regulator lebih fokus pada perusahaan besar dan lebih mungkin menyelidiki praktik *transfer pricing* mereka.

Yang kedua Semakin besar ukuran perusahaan, semakin rendah tingkat *transfer pricing*. Perusahaan besar mungkin lebih enggan untuk terlibat dalam praktik *transfer pricing* yang agresif karena risiko reputasi dan hukum yang lebih tinggi. Perusahaan besar mungkin memiliki lebih banyak pilihan dalam hal mitra dagang dan lokasi, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk memanipulasi harga transfer. Efisiensi skala dapat menyebabkan perusahaan besar memiliki biaya produksi yang lebih rendah, yang dapat mengurangi insentif untuk menggunakan *transfer pricing* untuk tujuan penghematan pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Ravensky dkk, (2021), Ginting dkk, (2021) dan Kurnila dkk, (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

H3: Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap *Transfer Pricing*

3. METODE RISET

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian lapangan atau pengambilan data untuk kembali dianalisis secara mendalam. Data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan selanjutnya diinterpretasikan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *tunnelling incentive*, kepemilikan asing, dan *exchange rate* terhadap variabel dependen yaitu *transfer pricing* pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI yang dijadikan sampel penelitian ini. Populasi penelitian ini perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

Objek yang dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2018 sampai dengan 2022, dimana dimana populasi dalam penelitian ini berjumlah 113 perusahaan. Setelah dilakukan *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebesar 25 sampel dengan periode 5 tahun.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode statistik, yaitu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel* dan *Eviews 12*. Model regresi dalam penelitian ini adalah data panel dimana Langkah-langkah analisis yang digunakan yaitu Teknik Analisis Statistik Deskriptif, Estimasi Model Regresi Data Panel, Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.

Operasional Variabel

Transfer Pricing

Variabel *transfer pricing* diukur dengan presentase dari perbandingan total piutang usaha kepada pihak berelasi dengan total piutang usaha (Tarissa, Dirvi & Imam, 2022). Adapun rumusnya yaitu:

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

Tunneling Incentive

Variabel *tunneling incentive* menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan saham dengan jumlah kepemilikan yang beredar (Indra & Anisa, 2020). Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham}}{\text{Jumlah Kepemilikan Beredar}} \times 100\%$$

Kepemilikan Asing

Variabel kepemilikan asing menggunakan perbandingan antara jumlah kepemilikan asing dengan jumlah saham yang beredar (Mutiarra, Arridho, & Sonia, 2021). Kepemilikan asing dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Asing}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar kecilnya sebuah perusahaan, pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan (Putri dalam Khotimah, 2019). Adapun ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural} \times \text{Total Asset}$$

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data panel. Regresi data panel dilakukan dengan tiga model yaitu *common effect model* (CEM), *fixed effect model* (FEM) dan *random effect model* (REM). Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memilih model dari ketiga model tersebut. Pemilihan model tersebut dilakukan dengan uji Chow, uji Hausman dan uji LM. Setelah pemilihan model maka dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji

heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi di dalam penelitian ini merupakan Perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022 dengan total 113 perusahaan. Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, ditemukan sampel perusahaan sebanyak 25 perusahaan. Kriteria penelitian yang digunakan penulis dalam pemilihan sampel dapat dilihat dalam tabel 1:

Tabel 1. Pemilihan Sampel

Keterangan Penetapan Sampel	Jumlah Perusahaan	
Populasi: Perusahaan sektor <i>Consumer Non-Cyclical</i> s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022	113	Perusahaan
1. Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2018-2022	-42	Perusahaan
2. Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan periode tahun 2018-2022	-3	Perusahaan
3. Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang RP	-2	Perusahaan
4. Perusahaan yang tidak mendapatkan laba secara berturut-turut dari periode 2018-2022	-30	Perusahaan
5. Perusahaan tidak lengkap untuk variabel penelitian	-11	Perusahaan
Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel	25	
Periode penelitian (2018-2022)	5	Tahun
Jumlah Sampel Penelitian	125	

Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) Statistik deskriptif adalah metode dalam statistika untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, meringkas, menginterpretasikan, dan menyajikan data secara deskriptif atau eksplanasi. Pengujian statistik deskriptif dilaksanakan untuk menyajikan gambaran umum tentang objek yang sedang diteliti. Sehingga dapat menyajikan informasi awal tentang masalah yang diteliti. Hasil uji statistik dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

TRANSFER PRICING	TUNNELING INSENTIF	KEPEMILIKAN ASING	UKURAN PERUSAHAAN
---------------------	-----------------------	----------------------	----------------------

Mean	0.306327	0.610823	0.112825	12.90793
Median	0.116700	0.557908	0.000000	13.00968
Maximum	0.999400	0.925000	0.817822	14.25632
Minimum	0.000400	0.257734	0.000000	9.735339
Std. Dev.	0.327433	0.214569	0.239542	0.745697
Skewness	0.659761	0.084436	1.932088	-1.259350
Kurtosis	1.968683	1.759373	5.137248	6.612098
Jarque-Bera	14.60807	8.164966	101.5609	100.9953
Probability	0.000673	0.016866	0.000000	0.000000
Sum	38.29090	76.35287	14.10310	1613.491
Sum Sq. Dev.	13.29431	5.708924	7.115147	68.95192
Observations	125	125	125	125

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan bahwa N atau jumlah data pada setiap variabel yaitu sebanyak 125. Jumlah tersebut berasal dari 25 sampel dari penelitian ini, yaitu perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022. Diketahui bahwa *transfer pricing* mempunyai nilai minimum sebesar 0,000400 dan nilai maksimum sebesar 0,999400. Hasil tersebut menggambarkan bahwa besarnya *transfer pricing* perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang diteliti dalam penelitian ini adalah 0,000400 hingga 0,999400 dengan nilai mean 0,306327 pada standar deviasi 0,327433. *Transfer pricing* tertinggi terdapat pada perusahaan CLEO pada tahun 2022, sedangkan *transfer pricing* terendah terdapat pada perusahaan AMRT pada tahun 2022

Tunneling incentive mempunyai nilai minimum sebesar 0,257734 dan nilai maksimum sebesar 0,925000. Hasil tersebut menggambarkan bahwa besarnya *tunneling incentive* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang diteliti dalam penelitian ini adalah 0,257734 hingga 0,925000 dengan nilai mean 0,610823 pada standar deviasi 0,214569. *Tunneling incentive* tertinggi terdapat pada perusahaan HMSP pada tahun 2018-2022, sedangkan *tunneling incentive* terendah terdapat pada perusahaan ROTI pada tahun 2018-2019, setelah itu mengalami peningkatan sedikit pada tahun 2020-2022 menjadi sebesar 0,269651, lalu pada tahun 2023 kembali menjadi terendah dalam *tunneling incentive* sebesar 0,257734.

Kepemilikan asing mempunyai nilai minimum sebesar 0,000000 dan nilai maksimum sebesar 0,817822. Hasil tersebut menggambarkan bahwa besarnya kepemilikan asing pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang diteliti dalam penelitian ini adalah 0,000000 hingga 0,817822 dengan nilai mean 0,112825 pada standar deviasi 0,239542. Kepemilikan asing tertinggi terdapat pada perusahaan MLBI pada tahun 2018-2022, sedangkan kepemilikan asing terendah terdapat pada 75% perusahaan yang menjadi sampel karena tidak ada hak kepemilikan asing yang terdaftar, yaitu perusahaan AMRT, EPMT, MIDI, AALI, BISI, BUDI, CEKA, CLEO, CPIN, ICBP, JPFA, LSIP, MAIN, MYOR, SMAR, SSMS, STTP, TBLA, HMSP.

Berdasarkan tabel tersebut juga diketahui bahwa ukuran perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 9,735339 dan nilai maksimum sebesar 14,25632. Hasil tersebut menggambarkan bahwa besarnya ukuran perusahaan pada sektor *consumer non cyclicals* yang diteliti dalam penelitian ini adalah 9,735339 hingga 14,25632 dengan nilai mean 12,90793 pada standar deviasi 0,745697. Ukuran perusahaan tertinggi terdapat pada perusahaan INDF pada tahun 2022, sedangkan ukuran perusahaan terendah terdapat pada perusahaan MAIN pada tahun 2021.

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 3. *Random Effect Model*

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	1.7003343	0.360935	4.719256	0.0000
TUNNELING_INSENTIF	-0.244718	0.226324	-1.081276	0.2817
KEPEMILIKAN_ASING	-0.556550	0.239865	-2.320262	0.0220
UKURAN_PERUSAHAAN	-0.091784	0.025669	-3.575740	0.0005

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.284494	0.8627
Idiosyncratic random		0.113479	0.1373

Weighted Statisfication			
R-squared	0.132781	Mean dependent var	0.053795
Adjusted R-squared	0.111279	S.D. dependet var	0.119243
S.E. of regression	0.112413	Sum squared resid	1.529030
F-statistics	6.175474	Durbin-Waston stat	1.997781
Prob(F-statistic)	0.000611		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.240405	Mean dependenr var	0.306327
Sum squared resid	10.09829	Durbin-Waston stat	0.302494

Hasil uji regresi linear data panel dapat dirumuskan ke dalam persamaan regresi linear data panel sebagai berikut:

$$\text{Transfer Pricing} = 1,703343 - 0,244718 \text{ Tunneling Incentive} - 0,556550 \text{ Kepemilikan Asing} - 0,091784 \text{ Ukuran Perusahaan}$$

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan tabel 3 hasil output Eviews 12 dengan model *Random Effect Model* (REM), berikut ini adalah hasil uji signifikansi dan analisis hipotesis hubungan setiap variabel independent (*Tunneling Incentive*, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan) terhadap Variabel dependen (*Transfer Pricing*).

Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis pertama penelitian ini adalah *tunneling incentive* yang dimana *tunneling incentive* ini tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut tidak didukung setelah pengolahan data yang dihasilkan nilai signifikansi, bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh pada *transfer pricing*. Menurut hasil yang ditunjukkan nilai t_{hitung} variabel *tunneling incentive* sebesar -1,081276, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih rendah dari t_{tabel} , yaitu $-1,081276 < 2,068658$. Selain itu, nilai probabilitasnya sebesar 0,2817, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi, yaitu $0,2503 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan. Dengan koefisien regresi *tunneling incentive* sebesar -0,244718, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai aset *tunneling incentive* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan *non cyclical*.

Dengan hal ini berarti pemilik saham mayoritas tidak memiliki hak untuk mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan perusahaan terhadap *transfer pricing*. Yang dimana di dalam penelitian ini membuktikan bahwa sebenarnya ada dan tidak adanya pemegang saham mayoritas tidak berpengaruh, baik besar maupun kecil keputusan *transfer pricing* yang dilakukan suatu perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dimana menurut Wijaya, Amalia (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap *Transfer Pricing*” mengemukakan bahwa hasil penelitiannya *Tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian lainnya di dukung dengan penelitian terdahulu Cristina, Murtiningtyas (2021) dengan judul penelitian “Analisis Pajak, *Tunneling incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*” mengemukakan hasil penelitiannya bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis kedua penelitian ini adalah Kepemilikan Asing yang dimana Kepemilikan Asing ini berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi, bahwa Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Menurut hasil yang ditunjukkan pada tabel 3, nilai t_{hitung} variabel kepemilikan asing sebesar -2,320262, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih rendah dari t_{tabel} , yaitu $-2,320262 < 2,068658$. Selain itu, nilai probabilitasnya sebesar 0,0220, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi, yaitu $0,0220 < 0,05$. Dengan koefisien regresi kepemilikan asing sebesar -0,556550, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai aset kepemilikan asing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan *non cyclical*.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dimana menurut Kusuma, Hutomo, Hartini (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di BEI Periode 2017-2020)” mengemukakan hasil penelitiannya bahwa Kepemilikan asing berpengaruh positif beserta signifikan atas *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar beserta kimia di BEI periode 2017 sampai 2020. Hasil penelitian lainnya didukung dengan penelitian terdahulu Saputra, Angela, Agustin (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate* Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*” mengemukakan bahwa hasil penelitiannya kepemilikan asing berpengaruh positif pada harga transfer.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*

Menurut hasil yang ditunjukkan pada tabel 3, nilai t_{hitung} variabel ukuran perusahaan sebesar $-3,575740$, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih rendah dari t_{tabel} , yaitu $-3,575740 < 2,068658$. Selain itu, nilai probabilitasnya sebesar $0,0005$, yang menunjukkan bahwa nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi, yaitu $0,0005 < 0,05$. Dengan koefisien regresi kepemilikan asing sebesar $-0,091784$, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai aset kepemilikan asing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan *non cyclical*.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dimana menurut Agustina (2019) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* yang berarti bahwa perusahaan dapat digolongkan menjadi perusahaan besar, jika perusahaan tersebut mempunyai asset dalam jumlah yang besar. Perusahaan berskala besar memiliki kecenderungan melakukan praktik *transfer pricing* dikarenakan perusahaan berskala besar akan lebih memiliki peluang untuk dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga perusahaan cenderung untuk mengambil keputusan yang bertujuan untuk melakukan kinerja perusahaan yang memuaskan.

Pengaruh *Tunneling Incentive*, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.4 diketahui bahwa nilai Prob (F-statistic) sebesar $0,000611$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Prob (F-statistic) lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000611 < 0,05$). Sehingga H_3 diterima dan menolak H_0 . Jadi *tunneling incentive*, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* perusahaan sektor *non cyclical*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan. Maka jawaban dari rumusan masalah dan juga kesimpulan dari penelitian tentang “Pengaruh *Tunneling Incentive*, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*”, sebagai berikut :

1. Hasil analisis uji t dimana *tunneling incentive* ini tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut tidak didukung setelah pengolahan data yang dihasilkan nilai signifikansi, bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh pada *transfer pricing*. Dengan hal ini berarti pemilik saham mayoritas tidak memiliki hak untuk mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan perusahaan terhadap *transfer pricing*.
2. Hasil analisis uji t dimana Kepemilikan Asing ini berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi, bahwa Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.
3. Hasil analisis uji t dimana ukuran perusahaan ini berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hipotesis tersebut di dukung setelah pengolahan data yang menghasilkan nilai signifikansi, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.
4. Hasil penelitian uji f menunjukkan secara silmultan bahwa terdapat penagruh positif dan signifikan antara *tunneling incentive*, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Saran

Penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan hasil berupa beberapa saran yang bisa diberikan kepada lingkungan akademis, penulis dan kepada perusahaan. Saran-saran tersebut antara lain :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas ruang lingkup sampel perusahaan, sehingga diharapkan sampel perusahaan tidak hanya perusahaan *non cyclical* yang terdaftar BEI tahun 2018-2022.
2. Bagi lingkungan akademis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan, pengetahuan dan literature terkait pengaruh *tunneling incentive*, kepemilikan asing dahn ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, N., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rohmansyah, B. (2022). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Beban Pajak Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 1(4), 179-201.
- Anshori, S., Hapsari, D. A., & Giri, E. F. (2023). Pengaruh Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Dividen Yang Dimoderasi Oleh Tingkat *Leverage*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(2), 318-335.
- Artauli, S., & Kuntadi, C. (2024). Pengaruh Manajemen Pajak, Mekanisme Bonus dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 442-454.

- Catherine Tania, Budi Kurniawan (2019), Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017), Jurnal TECHNOBIZ Vol. 3, No. 6, 2019, 37-41. ISSN 2655-3457
- Fitri, D., Hidayat, N., & Arsono, T. (2019). *The Effect Of Tax Management, Bonus Mechanism And Foreign Ownership On Transfer Pricing Decision* (Studi Pada Bursa Efek Indonesia). Jurnal Aplikasi Ekonomi, 1(1), 036–048.
- Fuadah, L. L., & Nazihah, A. (2019). *The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size On Transfer Pricing* (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 5(1), 1–17.
- Ginting, R. E. B., & Sudjiman, L. S. (2021). Pengaruh Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei 2017-2020. Jurnal Ekonomis, 14(3c).
- Herawaty, V., & Anne. (2019). Pengaruh Tarif Pajak Penghasilan, Mekanisme Bonus, Dan Tunneling Incentives Terhadap Pergeseran Laba Dalam Melakukan *Transfer Pricing* Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Akuntansi Trisakti, 4(2), 141–156.
- 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 and Meckling, W.H. (1976). *Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure* . Artikel dalam Jurnal *Financial Economics*, 3(41976).
- Khotimah, Siti Khusnul. (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, Vol. 1 No. 12
- Kusuma, I. C., Hutomo, Y. P., & Hartini, R. (2022). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bei Periode 2017-2020). Karimah Tauhid, 1(1), 151-166
- Latifah, F. N., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 13(3), 921-937.

- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35–44.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Journal of Accounting and Investment*, Vol. 16, No. 1.
- Nofal, F. K. T. M. (2019). Analisis Kepemilikan Asing Dan Nilai Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5(3), 298 -310.
- Pratiwi, Bella. (2018). Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, dan *Leverage* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 1, No. 2.
- Purwanto, G.M., Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* Volume 16, No.1
- Rachmawati, R. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas (Eps), Ukuran Perusahaan (*Size*) Dan *Leverage* (Dar) Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
- Ramadhani, A. R. (2021). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Sudah Terdaftar di BEI 2016-2019).
- Ravensky, H., & Akbar, T. (2021, July). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). In *Prosiding Seminar Nasional* (Vol. 1, No. 1, pp. 295-305).
- Refgia, Thesa. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *JOM Fekon*, Vol. 4, No. 1.
- Safira, M. (2021). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, *Tunneling Incentive*, Dan *Exchange Rate* Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar di BEI 2016-2019).

- Sakina, S., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*. *Media Akuntansi Perpajakan*, 8(1), 27-39.
- Saraswati dan Sujana. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 19, No. 2.
- Sari, D. K. (2018). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun Periode 2013-2016). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Saputra, W. S., Angela, C., & Agustin, C. (2020). Pengaruh Pajak, *Exchange Rate* Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(2), 109-116.
- Septiawan, I. K. H., & Wirawati, N. G. P. (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Utang Pada Kos Keagenan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Undayana*, 17(1), 481-508.
- Sinaga, J. V. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Asing, Dan Perusahaan Multinasional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan IDX 80 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Suprianto, D., & Pratiwi, R. (2017). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013--2016.
- Susanti, L. A. W. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(4), 565-586.
- Widiyah, E., & Abbas, D. S. (2023). Pengaruh *Income Tax*, *Tunneling Incentive*, *Bonus Mechanism* Terhadap *Transfer Pricing*. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(6), 40-52
- Widiatmoko, J., & Agustin, E. P. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 990-1002.
- Wijaya, I., & Amalia, A. (2020). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap *Transfer Pricing*. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 13(1), 30-42.