



Pengaruh Pajak Dan *Insetif Tunneling* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023

Deasy Femayona Devi ^{a,1}, Achmad Nasrullah ^{b,2}, Sri Maryati ^{c,3}

^a Universitas Al-Khairiyah, Inodenisa

¹ deasy.eci2@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kemajuan Artikel
Masuk

Diperbaiki

Diterima

Keywords

Food and Beverage,
Intensif Tunneling,
Transfer Pricing

Kata Kunci
Makanan dan Minuman,
Intensif Tunneling,
Transfer Harga

ABSTRACT

The following is the new author guidelines and article templates of this research discusses the influence of taxes and tunneling incentives on transfer pricing decisions, where taxes are one of the sources of state revenue in Indonesia, but multinational companies misuse transfer pricing to manipulate taxes to countries with lower tax rates, and the greater the tunneling incentives, the more significant the unreasonable transfer pricing practices for the benefit of majority shareholders. One of the causes is the high ratio of related party receivables to the company's total receivables and the high tax burden. This study aims to determine whether taxes and tunneling incentives affect transfer pricing decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh pajak dan *intensif tunneling* terhadap keputusan *transfer pricing*, dimana pajak salah satu sumber penerimaan APBN di indonesia, namun perusahaan multinasional menyalahgunakan transfer pricing untuk memanipulasi pajak ke negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dan semakin besar *intensif tunneling*, semakin besar juga praktik *transfer pricing* tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas. Salah satu penyebabnya disebabkan oleh faktor besarnya piutang pihak berelasi terhadap total piutang perusahaan dan beban pajak yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pajak dan *intensif tunneling* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Sampel terdiri dari 36 perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023, *intensif tunnelling* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



1. Pendahuluan

Globalisasi telah menyebabkan perekonomian dunia berkembang tanpa mengenal negara. Perusahaan memiliki pesaing di seluruh dunia, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Batas-batas negara menjadi sempit karena pertumbuhan ekonomi global (Diphayana, 2020). Perusahaan multinasional melakukan banyak transaksi dengan anggota mereka di seluruh dunia, yang salah satunya menjual barang dan jasa (Jaman, 2023). Sebagian dari transaksi ini terjadi antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan

yang memiliki hubungan dalam menentukan harga transaksi antar anggota divisi perusahaan multinasional. Hubungan ini memudahkan perusahaan untuk mengubah harga internal untuk barang, jasa, dan harta tak berwujud yang diperjualbelikan agar harga tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi, yang dikenal sebagai *transfer pricing*. Perusahaan sektor *Food and Beverage* di Indonesia saat ini, fenomena *transfer pricing* menunjukkan praktik yang signifikan, terutama di perusahaan besar, dimana laba bersih meningkat sementara penjualan saham menurun.

Transfer pricing diartikan sebagai salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan (Mineri, 2021). Tindakan ini dapat memicu adanya perilaku praktik *transfer pricing* dengan tujuan penghindaran pajak, hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dapat menetapkan harga secara tidak wajar baik dengan menaikkan ataupun menurunkan harga sehingga dapat dijadikan salah satu cara dalam melakukan perencanaan pajak dengan memintahkan keuntungan dari perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Di dalam perusahaan sektor *Food and Beverage*, *transfer pricing* sering digunakan sebagai cara untuk menghindari pemungutan pajak. Seiring berjalannya waktu, fungsi *transfer pricing* digunakan oleh manajemen pajak adalah sebagai salah satu cara untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Di sisi lain, di perusahaan *transfer pricing* digunakan untuk memanipulasi laba, supaya pembayaran pajak yang dibayarkan dapat diminimalkan semaksimal mungkin. Maka dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* adalah konsep penting dalam akuntansi dan perpajakan sebagai penetapan harga dalam transaksi antar perusahaan yang berafiliasi (Saputra, 2020)

Mengingat hal ini, pemerintah telah menetapkan aturan untuk *transfer pricing*. Artinya, perusahaan yang menjual produk tertentu harus menerbitkan dokumen *transfer pricing* yang memasukkan nomor perusahaan dan mitra. Aturan ini diatur oleh Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No.172/PMK/2023. Fakta bahwa PMK meningkatkan pajak sudah jelas dari SPT. Tarif pajak merupakan salah satu ukuran kemampuan pemerintah untuk memungut pajak. Di antara anggota G20 dan ASEAN, tarif pajak Indonesia adalah yang terendah (Menteri Keuangan). Pada akhir tahun 2023, pasar saham Indonesia akan mencapai 10,21%. Angka tersebut meningkat 10,4% dari tahun 2022. Kinerja ini masih kurang dari 9,11% selama pandemi tahun 2021. Sementara tarif pajak yang diperoleh pada tahun 2020 sebesar 8,33% meningkat pada tahun 2019 menjadi 9,77%. Karena perusahaan multinasional sering berpindah dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak rendah, *transfer pricing* dianggap mengurangi atau menghilangkan potensi penerimaan pajak suatu negara. Salah satu sumber APBN Indonesia adalah pajak, yang telah menyebabkan banyak kerugian bagi negara berkembang, termasuk Indonesia.

Suatu perusahaan mungkin termotivasi untuk menerapkan *transfer pricing* karena berbagai alasan. Mengurangi biaya atau mengurangi pajak adalah ide utamanya. Pemilihan metode pengurangan jumlah pajak yang terutang mungkin bergantung pada besarnya pajak yang akan dibayar perusahaan (Darmansyah, 2022). Fakta ini juga didukung oleh para peneliti sebelumnya. Telah banyak penelitian yang dilakukan oleh (Maryanti, 2024) penelitian ini menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, karena meningkatnya tekanan pajak mengharuskan perusahaan untuk memikirkan secara matang harga keputusan *transfer pricing* sebelum mengalihkan kewajiban pajaknya kepada unit dengan tarif pajak yang lebih rendah. Menurut (Baviga, 2024) bahwa pajak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun menurut (Rifqiyati, 2021) berpendapat bahwa pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing*. Masalah ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan internasional yang mencari keuntungan akan berpindah dari negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah untuk menghasilkan uang. Misalkan tingginya dan jumlah pajak perusahaan yang dibayarkan akan semakin rendah.

Nilai pajak efektif yang lebih rendah menunjukkan perusahaan yang lebih baik mempunyai nilai pajak efektif yang lebih tinggi. Nilai positif ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengeksekusi rencana pajaknya. Di sini, salah satu metode perencanaan pajak adalah *transfer pricing*. Perusahaan multinasional sering menggunakan metode ini untuk mengurangi jumlah pajak yang mereka bayarkan. keputusan *transfer pricing* sangat dipengaruhi oleh pajak, karena penghindaran pajak dihitung menggunakan tarif pajak efektif yang menunjukkan intensif kepatuhan pajak suatu perusahaan

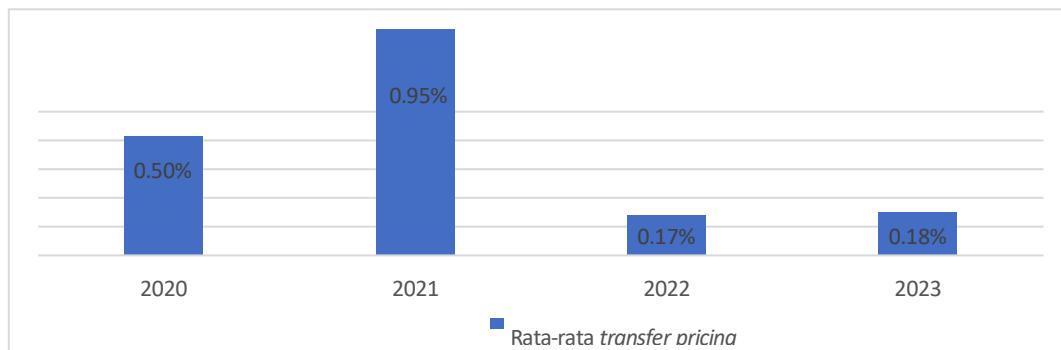
Selain pajak ada juga faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu *Intensif tunneling*. *Intensif tunneling* adalah tindakan pemegang saham pengendali yang mengalihkan aset dan kepentingan perusahaan untuk kepentingan pihak ketiga dan membagi tanggung jawab dengan pemegang saham minoritas (Siagian,

2024). Prioritas utama *intensif tunnelling* adalah memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham mayoritas. Karena masing-masing pihak memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda, konflik *agency* antara pemegang saham minoritas dan pemilik dominan dapat menyebabkan *intensif tunnelling*. Dengan menggunakan harga yang lebih tinggi dan lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar, *intensif tunnelling* dapat dilakukan dengan menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer, kemudian disebabkan oleh ketidaksepakatan antara investor pengendali dan non-pengendali. Kehadiran *deep tunnelling* mendorong bisnis untuk melakukan *transfer pricing* karena pengendali dapat menekan manajemen untuk menggunakan taktik *transfer pricing* untuk mencapai tujuannya. Dampak *intensif tunnelling* terhadap *transfer pricing* adalah subjek dari banyak penelitian. Dalam kasus *transfer pricing* di industri *Food and Beverage* Indonesia saat ini, *tunneling intensif* menunjukkan praktik yang merugikan pendapatan negara dan pemegang saham minoritas.

Intensif tunneling dalam kasus *transfer pricing* di sektor *Food and Beverage* di Indonesia saat ini menunjukkan praktik yang merugikan pendapatan negara dan pemegang saham minoritas. Berdasarkan penelitian (Ulfa, 2024) terdapat peningkatan signifikan dalam sengketa *transfer pricing*, dengan 2.508 kasus terbaru yang dilaporkan pada tahun 2020 yang berdampak pada penghindaran pajak dan manipulasi laporan keuangan.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia menurun sebesar 2,07% pada tahun 2020. Menurut survei yang dilakukan oleh Departemen ketenagakerjaan (2020), sekitar 88% permintaan terdiri dari barang dan jasa. Kemampuan perusahaan untuk membayar utang dan menghasilkan keuntungan dipengaruhi oleh hal ini. Namun, bisnis produksi dan distribusi mencatat pertumbuhan ekonomi, menurut Bursa Efek Indonesia (BEI). Karena industri merupakan bagian besar dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara, bisnis di sektor barang konsumsi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan pajak negara secara tidak langsung. Lima subsektor industri makanan dan minuman menghasilkan nilai ekspor terbesar pada tahun 2021, sebesar sekitar 19,58%, menurut data dari www.kemenperin.go.id. Karena banyaknya transaksi bisnis dan ekspor, perusahaan di bidang ini lebih rentan terhadap praktik *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajaknya. Berikut perusahaan yang telah melakukan praktik *transfer pricing*.

Gambar 1. Rata-rata *transfer pricing* perusahaan *Food and Beverage* tahun 2020-2023



Sumber: Data diolah oleh penulis 2024

Dari gambar diatas menunjukkan hasil rata-rata *transfer pricing* perusahaan *Food and Beverage* mengalami fluktuasi atau tidak stabil dari tahun 2020-2023. Pada tahun 2020, *transfer pricing* sebesar 0,50%, kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar turun 0,95% yang disebabkan oleh peningkatan aktivitas *transfer pricing* akibat perubahan strategi bisnis Perusahaan dalam menghadapi tantangan ekonomi seperti dampak pandemi covid-19. Selanjutnya pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 0,17% yang dipengaruhi oleh regulasi pemerintah yang lebih ketat terkait *transfer pricing*. Dan terakhir pada tahun 2023 terjadi sedikit peningkatan sebesar 0,18%, terjadinya peningkatan ini relatif kecil karena perusahaan mulai menyesuaikan kembali kebijakan *transfer pricing* untuk tetap wajar tetapi mematuhi aturan yang berlaku. Perusahaan melakukan *transfer pricing* yang mengakibatkan total pajak yang dibayarkan oleh perusahaan menjadi lebih rendah. ini disebabkan manajemen perusahaan menekan dan menurunkan nilai beban pajak sekecil mungkin dalam pembayaran pajak. Manipulasi transfer harga dapat mempengaruhi pajak, menurunkan penerimaan pajak negara dan meningkatkan risiko penghindaran pajak.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage*, bagaimana pengaruh *intensif tunneling* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage*, bagaimana pengaruh pajak dan *intensif tunneling* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023, Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *intensif tunneling* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023, Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pajak dan *intensif tunneling* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Beberapa penelitian terdahulu sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al (2023), (Maryanti, 2024) menunjukkan bahwa *intensif tunneling* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, karena meningkatnya tekanan pajak mengharuskan perusahaan untuk memikirkan secara matang harga keputusan *transfer pricing* sebelum mengalihkan kewajiban pajaknya kepada unit dengan tarif pajak yang lebih rendah Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Baviga, 2024), (Harahap, 2024), menunjukkan bahwa *intensif tunneling* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* karena perusahaan menggunakan mekanisme pemantauan harga yang baik dan terdapat tingkat kepemilikan atau kendali asing yang tinggi.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pajak Dan Intensif Tunneling Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2023”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut teori Agensi ini menjelaskan hubungan antara principal dan agen, dimana *principal* mencakup pemilik saham dan penanam modal dalam perusahaan. Agen adalah individu yang dipilih dan dipercayakan oleh *principal* untuk bertindak sebagai manajer, menjalankan tugas dengan tujuan mencapai target yang ditetapkan. Bentuk dari hubungan teori keagenan dan *transfer pricing* dapat dilihat melalui kecenderungan manusia untuk memprioritaskan kepentingan berbeda- berbeda. Pihak *principal* ingin meningkatkan keuntungan perusahaan, sedangkan agen ingin meningkatkan keuntungan bagi dirinya sendiri. Jadi pihak *principal* dan agen bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda pula sehingga muncul masalah keagenan. Jenis konflik kepentingan dalam bisnis terjadi ketika pemegang saham mayoritas dan minoritas memiliki kepentingan yang berbeda. Pemegang saham mayoritas memiliki kekuasaan yang lebih besar, yang memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang menguntungkan diri mereka sendiri, meskipun keputusan tersebut dapat merugikan pemegang saham minoritas (Sanusi, 2024).

2.2. Transfer Pricing

Transfer pricing adalah transaksi pertukaran produk atau jasa yang terjadi diantara dua entitas yang berbeda dalam suatu grup perusahaan. Pertukaran produk diantara divisi penjual dan pembeli dalam suatu entitas yang sama tidak dapat dikatakan sebagai *transfer pricing* karena secara teknis masih dalam satu entitas pelaporan yang sama (Baharuddin, 2021). *Transfer pricing* sering juga dikenal dengan *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional* atau *internal pricing* yang merupakan harga yang dihitung untuk kebutuhan pengendalian manajemen untuk mengirimkan barang dan jasa antar anggota grup perusahaan (Rossa, 2024). *Transfer pricing* biasanya ditetapkan untuk produk *intermediate*, yang merupakan barang dan jasa yang diberikan oleh divisi penjual kepada divisi pembeli. Jika dilihat secara lebih lanjut, *transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan rekayasa harga yang sistematis untuk mengurangi keuntungan, yang pada gilirannya akan mengurangi pajak atau bea negara. Harga barang atau jasa yang ditransfer antar pusat pertanggung jawabannya, dikenal sebagai *transfer pricing* dalam arti luas (Setyorini, 2022). *Transfer pricing* dasarnya dapat terjadi karena adanya suatu hubungan istimewa antar Perusahaan yang berada dalam satu grup Perusahaan multinasional, sehingga mereka bisa bernegosiasi dan bekerja sama dengan baik dalam penentuan harga transfer. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *transfer pricing* adalah:

$$TP = \frac{\text{Piutang Transaksi Pihak Berelasi} \times 100\%}{\text{Total Piutang}}$$

Sumber : Enyvia dan Hasbiana, (2024)

Beban Pajak Penghasilan

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Laba Sebelum Pajak

2.3. Perpajakan

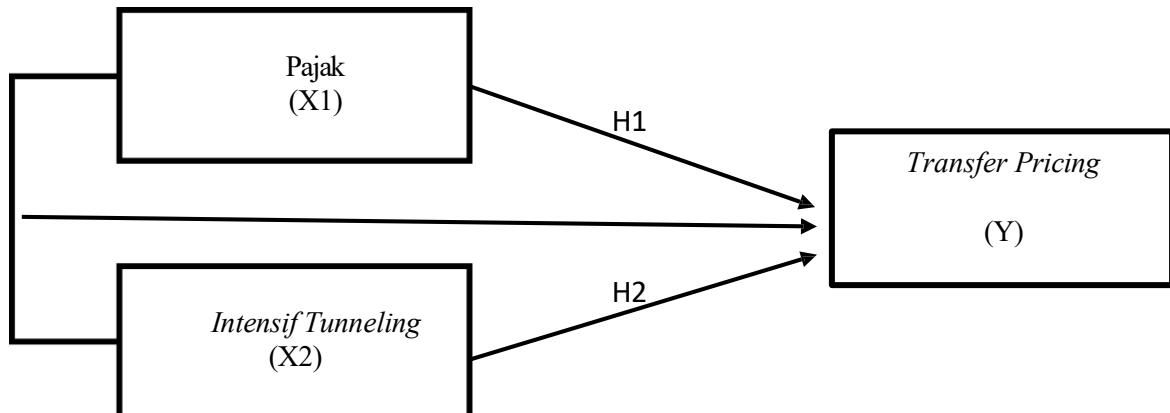
Dari segi ekonomi, pajak merupakan pemindahan sumber daya dari sektor privat (Perusahaan) ke sektor publik. Pemindahan tersebut akan memengaruhi daya beli atau kemampuan belanja dari sektor perusahaan (Suandy, 2024). Bagi negara, pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang terus dipacu agar menjadi primadona penerimaan negara dalam anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) (Waluyo, 2022). Sebagaimana telah diketahui bahwa, reformasi perpajakan tahun 1983, sistem perpajakan di Indonesia ini menganut system *self assessment* yang dimana sistem tersebut adalah kewajiban wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetor, dan melapor sendiri pajak yang terutang sesuai dengan peraturan perundang- undangan perpajakan (Waluyo, 2022). Dalam penelitian ini, pajak diperkirakan dengan *Effective Tax Rate* (ETR). Tarif pajak perusahaan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

2.4. Intensif Tunneling

Menurut penelitian (Maryanti, 2024) *intensif tunnelling* adalah tindakan pemegang saham pengendali yang mengalihkan aset dan kepentingan perusahaan untuk kepentingan ketiga, dan membagi tanggung jawab dengan pemegang saham minoritas. *intensif tunnelling* yaitu intensif yang di dapat dari pengalihan aset dan laba Perusahaan oleh pemegang saham minoritas ikut menanggung bebananya. Aset yang di alihkan dalam praktik *intensif tunnelling* tergantung pada jenis perusahaan dan bagaimana pemegang saham mayoritas atau manajemen ingin mengalihkan nilai dari perusahaan (Simbolon, 2024). Salah satu bentuk *intensif tunnelling* adalah peran pemegang saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa (Rahmawati, 2024). Munculnya *intensif tunnelling* karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Untuk mengukur *intensif tunnelling*, skala rasio dapat digunakan dengan rumus berikut:

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

Sumber: Fany dan Ida,(2022)



Gambar 2. Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

H1: Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

H2: *Intensif tunneling* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

H3: Pajak dan *intensif tunneling* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

3. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deksriptif dan asosiatif untuk mengetahui pengaruh pajak dan *intensif tunneling* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 – 2023 sebanyak 94 perusahaan dengan menggunakan teknik penentuan sampel metode *purposive sampling* sehingga sampel yang digunakan sebanyak 36 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa laporan keuangan (*annual report*) seperti, laporan posisi keuangan pada aset, laporan laba rugi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Hasil Analisis Deskritif

Tabel 1. Statistik Deskripsi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	144	0. 0002	4.25	. 3046	.48342
<i>Intensif Tunneling</i>	144	0. 0005	76044.18	593. 2529	6334.08602
<i>Transfer Pricing</i>	144	0. 0008	7346.24	105.3536	665.41465
Valid N (listwise)	144				

Sumber: Data diolah SPSS 26.

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif pada tabel 1, variabel pajak memiliki nilai minimum sebesar 0,0002 merupakan data dari PT. London Sumatera Indonesia Tbk tahun 2023, nilai maksimum 4.25 merupakan data dari PT. Mahkota Group Tbk tahun 2022, nilai rata-rata pajak sebesar 0,3046 dan nilai standar deviasi yaitu 0,48342. Variabel *intensif tunneling* memiliki nilai minimum sebesar 0,0005 merupakan data dari PT. Cisarua Montain Dairy Tbk tahun 2023, nilai maksimum 593,2529 merupakan data dari PT. Multi Bintang Indonesia Tbk, nilai rata-rata *intensif tunneling* sebesar 593,2529 dan nilai standar deviasi yaitu 6334,08602. Pada variabel *transfer pricing* memiliki nilai minimum sebesar 0,0008 merupakan data dari PT. Mahkota Group Tbk tahun 2022, nilai maksumum 7346,24 merupakan data dari PT. Bakrie Sumatera Plantations Tbk, nilai rata-rata *transfer pricing* sebesar 105,3536 dan nilai standar deviasi yaitu 665,41465.

Rerata pajak sebesar 0,3046 menunjukkan tingkat pajak yang wajar dan tidak menggambarkan adanya penghindaran pajak yang ekstrem. Rerata *transfer pricing* sebesar 105,3536 menunjukkan volume transaksi terkait pihak berelasi cukup tinggi dalam sampel perusahaan, mencerminkan aktivitas perusahaan multinasional atau kelompok usaha besar. Secara konseptual, transfer pricing yang tinggi berpotensi memengaruhi besaran pajak, tetapi nilai rerata pajak yang tetap moderat menunjukkan bahwa penggunaan transfer pricing dalam sampel penelitian ini masih dalam batas yang wajar atau efektif diawasi oleh regulasi (Panjalusman, 2018).

Intensitas tunneling yang tergolong besar menunjukkan bahwa perusahaan dalam sampel memiliki aktivitas transaksi berpotensi tunneling yang sangat besar, mengindikasikan potensi *expropriation* yang signifikan. Semakin tinggi tunneling, semakin besar kemungkinan perusahaan menggunakan transfer pricing sebagai alat realisasi tunneling. Terdapat indikasi bahwa perusahaan dengan masalah tata kelola cenderung melakukan kedua aktivitas tersebut secara simultan (Rizanti, 2024).

4.1.2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan uji yang dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smornov*, bahwa diperoleh nilai signifikansi *Asymp sig* sebesar 0,058. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga nilai residual atau data berdistribusi normal.

4.1.3. Hasil Uji Autokorelasi

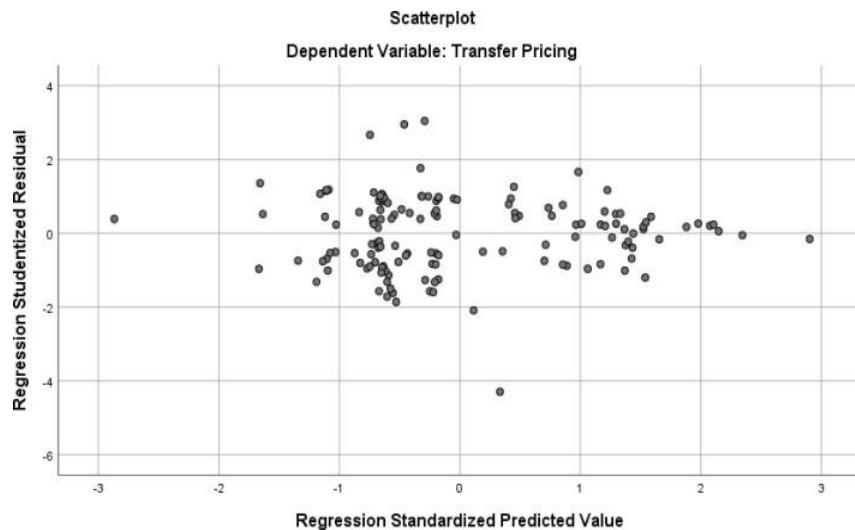
Pengujian autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan menganggu pada periode t dengan kesalahan menganggu pada periode t-1 (sebelumnya) dengan menggunakan *uji Durbin-Watson*. Diperoleh nilai *Durbin-Watson* (DW Test) sebesar 0,961. Dengan nilai ini akan dibandingkan dengan nilai dari tabel *Durbin-Watson* dengan nilai signifikansi 0,05, dan jumlah variabel independen sebanyak 2 ($k=2$) dan jumlah sampel sebanyak 144 ($n=144$), maka pada tabel *Durbin-Watson* akan diperoleh nilai du = 1,699 dan nilai 4-dua ($4-1,699 = 2,301$). Oleh karena itu, asumsi non-autokorelasi terpenuhi jika $du < dw < 4 - du$ sehingga menjadi $1,699 < 0,961 < 2,301$. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

4.1.4. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan dua metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL). Diketahui bahwa nilai VIF semua variabel independen adalah $1,024 < 10$ dan nilai *Tolerance* $0,997 > 0,1$ maka dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada suatu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED.



Gambar 3. Uji Scatterplot Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik Scatterplot diatas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa jika tidak terdapat pola yang jelas maupun titik-titik yang melebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi uji heteroskedastisitas.

4.1.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen dengan variabel dependen, variabel independen yang diuji yaitu pajak dan *intensif tunneling*. Berdasarkan analisis data, diperoleh persamaan regresinya adalah $Y = 6,796 + (0.206) + (0.041)$. Dari persamaan regresi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 6,796. Hal ini menyatakan bahwa jika variabel independen (pajak dan *intensif tunneling*) bernilai 0 atau konstan, maka keputusan *transfer pricing* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 6,796.
- b. Pajak (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.206. Hal ini menyatakan bahwa jika pajak mengalami peningkatan mengakibatkan keputusan *transfer pricing* (Y) naik sebesar 0.206. Dengan

asumsi bahwa nilai pajak tetap.

- c. *Intensif tunneling* (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,041. Hal ini menyatakan bahwa jika *intensif tunneling* mengalami peningkatan mengakibatkan keputusan *transfer pricing* (Y) naik sebesar 0,041. Dengan asumsi bahwa nilai *intensif tunneling* tetap.

4.1.7. Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.796	1.140		5.962	.000
Pajak	.206	.067	.251	3.056	.003
Intensif Tunneling	.041	.053	.064	.088	.440

a. *Dependent Variable: Harga Saham*

Sumber : Data diolah SPSS 26

Hasil uji T pada Tabel 2 menunjukkan bahwa untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen:

- Berdasarkan pada tabel diatas hasil uji regresi, variabel pajak mempunyai t hitung 3,056. Jika dibandingkan dengan t tabel 1,655. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel (t hitung > t tabel). Dan nilai signifikansi ($0,003 < 0,005$). Sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a diterima yang berarti bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2020-2023.
- Berdasarkan pada tabel diatas hasil uji regresi, variabel *intensif tunneling* mempunyai t hitung 0,088. Jika dibandingkan dengan t tabel 1,655. Maka t hitung yang diperoleh lebih kecil dari t tabel (t hitung < t tabel). Dan nilai signifikansi ($0,440 > 0,005$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a ditolak yang berarti bahwa *intensif tunneling* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2020-2023.

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	56.834	2	28.417	5.458	.005 ^b
Residual	734.087	141	5.206		
Total	790.921	143			

a. *Dependent Variable: Transfer Pricing*

b. *Predictors: (Constant), Intensif Tunneling, Pajak*

Sumber : Data diolah SPSS 26

Berdasarkan hasil uji F diatas, diperoleh nilai F hitung $5,458 > 3,06$ dengan nilai signifikansi menunjukkan sebesar 0,005 sehingga terlihat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak dan *intensif tunneling* berpengaruh simultan terhadap kaputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023. Dengan demikian maka hipotesis ketiga di terima.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas bahwa nilai *R Square* yang didapat sebesar 0,072. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini hanya pajak yang memiliki kontribusi terhadap variasi keputusan *transfer pricing* sebesar 7,2%, sedangkan *intensif tunneling* tidak memberikan pengaruh terhadap variasi keputusan *transfer pricing* sehingga menurunkan nilai *R Square* secara keseluruhan dalam penelitian ini dan sisanya sebesar 92,8% dijelaskan oleh variabel lain (faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi *transfer pricing* (Y) pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien
Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.268 ^a	.072	.059	2.28173

a. Predictors: (Constant), Pajak, *Intensif Tunneling*

b. Dependent Variable: *Transfer Pricing*

Sumber : Data diolah SPSS 26

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil penelitian variabel pajak mempunyai t hitung 3,056. Jika dibandingkan dengan t tabel 1,655. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$). Dan nilai signifikansi ($0,003 < 0,005$). Hasil ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang artinya pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa ketika pendapatan perusahaan tinggi maka biaya politik (pajak) yang ditanggung oleh perusahaan menjadi besar. Oleh karena itu, perusahaan berusaha melakukan pendapatan terlihat kecil. Salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Baviga, 2024) bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pajak perusahaan yang memiliki nilai ETR semakin kecil dianggap semakin baik oleh perusahaan, artinya perusahaan membayar pajak dalam proporsi yang lebih rendah terhadap laba sebelum pajak, sehingga beban pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih ringan. Hal ini perusahaan bisa menyimpan lebih banyak laba bersih untuk pengembangan usaha atau distribusi keuntungan. Kegiatan tersebut juga menunjukkan bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan *transfer pricing* antar perusahaan afiliasi yang berada di negara dengan tarif pajak yang rendah. Perusahaan melakukan *transfer pricing* karena untuk memperkecil atau meminimalkan pembayaran pajak (Rifqiyati, 2021).

Peneliti berasumsi bahwa tarif pajak yang berlaku dalam suatu negara berpengaruh langsung terhadap biaya perusahaan. hal ini mendorong dilakukannya *transfer pricing* dengan beberapa kemungkinan Tindakan yaitu: menggeser laba (profit shifting) ke perusahaan afiliasi di lokasi dengan pajak lebih rendah, mengatur harga jual dan menggunakan transfer pricing sebagai alat tax planning yang efisien.

4.2.2. Pengaruh *Intensif Tunneling* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil penelitian variabel pajak mempunyai t hitung 0,088. Jika dibandingkan dengan t tabel 1,655. Maka t hitung yang diperoleh lebih kecil dari t tabel ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$). Dan nilai signifikansi ($0,440 < 0,005$). Hasil ini menunjukkan bahwa H2 ditolak yang artinya *intensif tunneling* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan karena dalam teori keagenan ini *intensif tunneling* adanya konflik keagenan antara principal (pemegang saham mayoritas) dan pemegang saham minoritas akibat pemegang saham mayoritas memanfaatkan kontrolnya untuk mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan pribadi. Akibatnya, pemegang saham minoritas menanggung biaya atau kerugian dari tindakan tersebut (Mahdeni, 2024).

Hal ini juga berarti *intensif tunneling* bukan termasuk faktor yang dapat membuat perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* dalam perusahaan sektor *Food and Beverage*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maryanti, 2024), dan (Harahap, 2024) bahwa *intensif tunneling* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Peneliti berasumsi bahwa *tunneling* merupakan tindakan pemegang saham mayoritas untuk mengekstraksi sumber daya perusahaan demi kepentingan mereka sendiri, sedangkan transfer pricing adalah keputusan manajerial untuk mengatur harga sehingga *Tunneling* tidak selalu dilakukan melalui mekanisme *transfer pricing*. Karena itu, *intensitas tunneling* tidak berpengaruh signifikan terhadap

keputusan *transfer pricing* pada perusahaan F&B. Industri F&B memiliki regulasi, struktur operasional, dan pengawasan yang ketat sehingga transfer pricing tidak mudah dimanfaatkan untuk *tunneling*.

4.2.3. Pengaruh Pajak dan Intensif Tunneling Terhadap Keputusan Transfer Pricing

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar $5,458 > 3,06$ dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan H3 diterima, yang berarti pajak, dan *intensif tunneling* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Selain itu selain, berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan pengaruh kedua variabel tersebut sebesar 7,2% dan sisanya sebesar 92,8% dijelaskan oleh variabel lain (faktor-faktor) lainnya yang mempengaruhi *transfer pricing* (Y) pada perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023.

Secara logis, hasil ini menunjukkan bahwa pajak menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi keputusan *transfer pricing*, dan *intensif tunneling* dapat memiliki efek tidak langsung dalam kondisi tertentu, terutama ketika perusahaan menghadapi tekanan dari pemegang saham pengendali untuk mengalihkan laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maryanti, 2024) bahwa pajak dan *intensif tunneling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Peneliti berasumsi bahwa perusahaan F&B memiliki transaksi afiliasi yang tinggi sehingga *transfer pricing* menjadi keputusan strategis penting. Pajak menciptakan insentif ekonomi sedangkan *tunneling* menciptakan insentif bagi pemegang saham. Sehingga ketika pajak dan *tunneling* terjadi bersamaan, keduanya memberikan dorongan ganda untuk mengatur harga transfer. *Transfer pricing* menjadi alat yang secara simultan memenuhi dua kepentingan: *tax saving* dan *resource shifting*.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Pajak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 – 2023. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa ketika pendapatan perusahaan tinggi maka biaya politik (pajak) yang ditanggung menjadi besar. Oleh karena itu, perusahaan berusaha membuat pendapatan perusahaan terlihat kecil. Salah satunya adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Hal ini juga menggambarkan apabila pajak yang ditetapkan untuk dibayar pihak perusahaan mengalami kenaikan maka keputusan *transfer pricing* akan mengalami peningkatan, sebaliknya jika pajak yang semestinya dibayarkan perusahaan mengalami penurunan maka akan menurunkan keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan. *Intensif tunneling* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 – 2023. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan karena dalam teori keagenan ini *intensif tunneling* adanya konflik keagenan antara principal (pemegang saham mayoritas) dan pemegang saham minoritas akibat pemegang saham mayoritas memanfaatkan kontrolnya untuk mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan pribadi. Akibatnya, pemegang saham minoritas menanggung biaya atau kerugian dari tindakan tersebut. Hal ini menggambarkan ada dan tidaknya pemegang saham mayoritas tidak dapat membawa pengaruh untuk perusahaan dalam memutuskan *transfer pricing*. Selain itu, kedua variabel independen yaitu pajak dan *intensif tunneling*, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 – 2023.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dialami dalam kegiatan penelitian ini dan harapan untuk menjadikan perbaikan serta penyempurnaan dalam penelitian untuk peneliti berikutnya adalah:

- a. Memastikan bahwa harga transfer yang ditetapkan dalam transaksi antar perusahaan harus sesuai dengan prinsip kewajaran (*Arm's Length Principle*) hal ini penting untuk menghindari masalah dengan otoritas pajak dan memastikan bahwa perusahaan tidak dikenakan sanksi akibat penghindaran pajak. Kemudian perusahaan juga harus mengadakan program edukasi pelatihan dan edukasi karyawan untuk bisa memahami tentang regulasi pajak dan prinsip-prinsip *transfer pricing* akan membantu karyawan dalam membuat keputusan lebih tepat dan sesuai dengan kebijakan perusahaan
- b. Perusahaan sebaiknya memperkuat struktur *corporate governance* untuk memastikan bahwa semua keputusan yang berkaitan dengan *transfer pricing* diambil secara transparan dan akuntabel. Penguatan

corporate governance dapat membantu mencegah potensi penyalahgunaan dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan lainnya. Kemudian harus mengembangkan strategi *transfer pricing* yang tidak hanya mempertimbangkan efisiensi beban pajak, tetapi juga harus sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

- c. Peneliti selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel lain seperti mekanisme bonus, *leverage*, dan *intangible assets* serta variabel lainnya dan dapat menggunakan jenis perusahaan yang berbeda sebagai sampel penelitian agar bisa menunjukkan hasil yang berbeda dari penelitian ini

Daftar Pustaka

- Baviga, R. R. (2024). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Semen yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, Vol. 5 No. 1. <https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.549>.
- Baharuddin, S. (2021). Perpajakan Transfer Pricing Teori dan Aplikasi. *Jawa Barat: Widia Media Utama*.
- Darmansyah, D. (2022). Strategi Perusahaan Dalam Penghematan Pajak. *Capacitarea: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 8-14.
- Diphayana, W. (2020). Perdagangan Internasional. *Deepublish*.
- Harahap, A. P. (2024). Pengaruh Tunneling Incentive, Pajak, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023). *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling*, Vol. 2 No. 2. <https://doi:10.57235/jamparing.v2i2.2753>.
- Jaman, U. B. (2023). Kedaulatan pajak negara Indonesia terhadap perusahaan multinasional digital. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 32-42.
- Mahdeni, H. C. (2024). Pengaruh Pajak Penghasilan, Tunneling Incentive, dan Tax Minimization Terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Listing di BEI pada Tahun 2016-2020. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 2(1), 91-104.
- Maryanti, C. (2024). Pengaruh Pajak, Insentif Tunneling, Bonus Mekanisme, Leverage Pada Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, Vol.28. No.1. doi:<https://dx.doi.org/10.24912/ja.v28i1.1797>.
- Mineri, M. F. (2021). Pengaruh pajak, tunneling incentive, mekanisme bonus dan profitabilitas terhadap transfer pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35-44.
- Panjalusman, P. A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 6(2), 105-114.
- Rahmawati, W. &. (2024). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kebijakan Dividen terhadap Tunneling: Concentration Ownership, Dividend Policy, Ownership Structure, Managerial, Tunneling. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2634-2649.
- Rifqiyati, R. M. (2021). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*, 2(3), 167-178.
- Rizanti, D. F. (2024). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 499-512.
- Rossa, E. C. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Multinasional. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3 No. 1.
- Saputra, W. S. (2020). Pengaruh Pajak, Exchange Rate Dan Kepemilikan Asing Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, Vol. 3 No. 2. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>.
- Sanusi, R. B. (2024). Pengaruh DER, ROA, TATO Terhadap Harga Saham Bank Umum Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 215-224.
- Suandy, E. (2024). Perencanaan Pajak. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Siagian, E. &. (2024). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 – 2023. *VALUE*, 5(1), 184-196. <https://doi.org/10.36490/value.v5i1.1277>.
- Setyorini, F. &. (2022). Pengaruh Pajak (Etr), Tunneling Incentive (TNC), Mekanisme Bonus (Itrendlb) Dan Firm Size (Size) Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Pada Perusahaan Manufaktur Yang

- Terdaftar Di Bei Periode 2017-2020). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 233-242.
- Simbolon, D. &. (2024). Pengaruh Pajak Penghasilan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Subsektor Industri Dasar dan Kimia Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 97-104
- Ulfa, S. R. (2024). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 3(2), 187-203.
- Waluyo. (2022). Akuntansi Pajak. Jakarta: Salemba Empat.